



Universitat Ramon Llull

TESI DOCTORAL

Títol Funcions, estètica i tipologies de la música i el silenci en els espots electorals. Estructures narratives de la música i el silenci en els vídeos electorals.

Realitzada per Daniel Torras i Segura

en el Centre Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna

i en el Departament de Comunicació

Dirigida per Jaume Radigales i Babí

*C. Claravall, 1-3
08022 Barcelona
Tel. 936 022 200
Fax 936 022 249
E-mail: urisc@sec.url.es
www.url.es*



Universitat Ramon Llull

FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ BLANQUERNA

Tesi doctoral:

Funcions, estètica i tipologies de la música i el silenci en els espots electorals

**Estructures narratives de la música i el silenci
en els vídeos electorals**

**Doctorand: Daniel Torras i Segura
Director de tesi: Jaume Radigales i Babí**

Abril de 2010

© Daniel Torras i Segura (2010)
Correcció lingüística: Anna Serra i Miquel Saumell

Les cites textuais que no provenen de publicacions en català han estat traduïdes pel propi autor d'aquesta investigació

A l'Anna, per la seva immensa paciència i comprensió.

Al Medir, per la seva gran curiositat i
les seves preguntes oportunament reflexives.

A l'Ausiàs, per la seva grata companyia i
els seus somriures motivadors.

A l'Olga i el Jose, pel seu exemple de tenacitat i treball constant.

Al Lluís i la Carme, per la seva fe incondicional en mi.

A la Mercè, pel seu suport sincer i sostingut.

Agraïments

Aquesta investigació no seria res en la seva forma, en el seu plantejament i transfons, i en el seu objectiu sense la confiança, l'ajuda i l'orientació que en Jaume Radigales ha destinat a aquest projecte. Sóc deutor de la dedicació que sempre, constantment i motivada, ha dipositat el meu tutor en aquest treball que va més enllà de la recerca acadèmica. Sóc deutor de la sinceritat i l'encoratjament amb què en Jaume ha tractat sempre el desenvolupament d'aquesta tesi doctoral. Sóc dels que paguen els deutes.

Dedico un sincer agraïment també al Miquel Altarriba per les seves tutories i consells en la matèria publicitària d'aquest treball; les seves aportacions han estat molt profitoses i clarificadores per a la meva recerca. En aquest mateix sentit, vull agrair profundament i sincera l'atenció rebuda per part d'en Ferran Sáez, qui amb el seu humor i visió humanística m'ha marcat i endreçat el camí teòric en l'àmbit de la teoria política que conforma aquesta investigació. També, vull expressar un agraïment per l'Arantxa Capdevila, qui sempre ha sabut trobar un moment per rebre els meus dubtes i qüestions i qui sempre ha omplert amb bones idees les meves reflexions.

Tinc en el record, ja una mica llunyà però inesborrable, les idees i contribucions de l'Àngel Rodríguez Bravo, de la Universitat Autònoma, amb la seva lucidesa i passió per les teories psicoacústiques i de percepció acústica; els seus plantejaments han estat decisius per a la meva recerca. Igualment, a més distància física, però no temporal, agraeixo també els consells de la Patricia M. Clancy, en el seu curs *Language and Cognition*, i d'en Michael Stohl, amb la seva assignatura *Political Communication*, ambdós de la *University of California, Santa Barbara*, on aquesta investigació es va desenvolupar en la seva fase embrionària.

La llista d'agraïments seria interminable i per això també vull adreçar un reconeixement a tots aquells professors i professores, doctors i doctores, que no he mencionat, però que s'ho mereixen perquè han marcat el to i la vitalitat de la

meva vocació investigadora. Igualment, gràcies a tot l'equip tècnic de la biblioteca, l'assistència d'informàtica, secretaria, audiovisuals, recepció i altres suports imprescindibles, de la Facultat de Comunicació Blanquerna i d'altres facultats, que també han contribuït decisivament en la creació d'aquest treball doctoral. Moltes gràcies a tots.

**L'abisme entre la racionalitat i la publicitat
s'ha aprofundit ara tant que
és difícil recordar que alguna vegada
hagi existit cap relació entre elles.**

**Avui, a la televisió publicitària,
les proposicions de lògica són tan rares com la gent lletja.**

**La qüestió de saber
si el publicista diu la veritat o no,
ni tan sols es planteja.**

Neil Postman, investigador



Índex

Introducció	23
-------------------	----

Part I. Bases teòriques

Capítol 1. Disseny de la investigació	31
---	----

1.1. Tema	31
-----------------	----

1.2. Plantejament del problema de coneixement	32
---	----

1.3. Plantejament inicial	34
---------------------------------	----

1.4. Objectius de la investigació	35
---	----

1.5. Definició de l'objecte d'estudi	36
--	----

1.6. Coherència i rellevància	38
-------------------------------------	----

1.7. Hipòtesi	39
1.8. Desenvolupament metodològic	41
1.9. Contribucions de la investigació	42
1.10. Estructura de la tesi	43
Capítol 2. Marc teòric de la investigació	47
2.1. Teories de la ciència i la teoria política	52
2.1.1. Espai nacional de comunicació	54
2.1.2. La <i>Poliarquia</i> i els requisits de la democràcia	59
2.1.3. Teoria sistèmica de David Easton	64
2.1.4. Pluralisme de valors	69
2.2. Teories de la publicitat i de la comunicació persuasiva	73
2.2.1. Conceptes	73
2.2.1.1. Màrqueting	73
2.2.1.2. Màrqueting polític	74
2.2.1.3. Comunicació política	75
2.2.1.4. Publicitat	76
2.2.1.5. Propaganda	77
2.2.1.6. Esport i esport electoral	79
2.2.1.7. Persuasió	81
2.2.2. Teories i paradigmes de la publicitat i la comunicació persuasiva	87
2.2.2.1. Paradigma de la publicitat moderna	87

2.2.2.2. Paradigma de la comunicació política actual	88
2.2.2.3. Proposició Única de Venda (USP)	90
2.2.2.4. La raó del perquè o la <i>reason-why</i>	92
2.3. Teories de la comunicació i de la comunicació audiovisual	95
2.3.1. Els paradigmes lingüístics	97
2.3.2. Organització musical i social	100
2.3.3. La teoria de la música com a cognició	102
2.3.4. Teories sobre les funcions de la música	102
2.3.5. Teoria matemàtica de la comunicació	104
2.3.6. Teories sobre la percepció musical i audiovisual	104
2.3.7. Els estadis de codificació i descodificació de Metz	106
2.3.8. La teoria de l'expressió emotiva de la música	107
2.3.9. Teories sobre el silenci	108
2.3.9.1. Béla Balaz i Kracauer, els pioners	108
2.3.9.2. Shaeffer, Chion i Rodríguez	110
2.3.9.3. Serafine, la visió cognitivo-musical	112
2.3.9.4. Mateu: el silenci en el marc comunicatiu	113
2.3.10. Anàlisi de la música en el cinema	113
2.4. Síntesi del marc teòric	116
3. Desenvolupament teòric	121
3.1. Què és la música? Definició de l'essència musical	121

3.2. Música i comunicació	140
3.3. Música i art	148
3.4. Parts i components de la música	159
3.4.1. A la recerca de la unitat bàsica	160
3.4.2. El so com a matèria conductora	175
3.5. El silenci: natura i funció	181
3.6. El procés d'interpretació musical	188
3.6.1. La percepció musical	196
3.6.2. La cognició musical	199
3.6.3. La comprensió musical	202
3.6.4. Música, emocions i expressivitat	206
3.6.5. La connotació musical	213
3.7. El silenci audiovisual	215
3.7.1. Silenci i comunicació a la societat actual	215
3.7.2. Tipus de silenci	220
3.7.3. Teories sobre el silenci audiovisual	227
3.7.4. Funcions del silenci	231

Part II. Anàlisi dels espots electorals

4. Mètode d'anàlisi	245
4.1. Anàlisi de la banda sonora. El mètode de Lluís i Falcó	246
4.1.1. Funció articuladora	248

4.1.2. Justificació òptica	249
4.1.3. Coherència argumental	250
4.1.4. Interacció semàntica	252
4.1.5. Ubicació dins la narració	253
4.1.6. Ubicació al muntatge	255
4.1.7. Pla auditiu	256
4.2. La classificació analítica de les funcions de la música	257
4.2.1. Actituds bàsiques de la música respecte al cinema	258
4.2.1.1. Paral·lelisme	258
4.2.1.1. Autonomia	258
4.2.1.3. Participació artística i participació dramàtica ..	259
4.2.2. Funcions de la música en el cinema	259
4.2.2.1. Funcions expressives	260
4.2.2.2. Funcions estètiques	261
4.2.2.3. Funcions estructurals	261
4.2.2.4. Funcions significatives o narratives	262
4.3. El protocol universal per a la identificació i anàlisi del silenci audiovisual	264
4.4. Protocol conjunt d'anàlisi dels espots electorals	272
4.4.1. Adaptació del mètode de Lluís i Falcó	273
4.4.2. Adaptació de les funcions de la música	275
4.4.3. Adaptació del protocol d'anàlisi del silenci	276

4.4.4. La construcció del protocol conjunt	276
4.5. Procediment d'anàlisi	279
4.5.1. Fase I. Identificació	280
4.5.1.1. Selecció de fonts	281
4.5.1.2. Audiovisionament general	281
4.5.2. Fase II. Anàlisi	282
4.5.2.1. Audiovisionament analític	282
4.5.2.2. Comprovació de dades	282
4.5.2.3. Valoració funcional i estètica	282
4.5.2.4. Corroboració documental	283
4.5.3. Fase III. Contrast	283
4.5.3.1. Contrast i comparació	283
4.5.3.2. Extracció de models	284
4.5.3.3. Test de models	284
4.5.3.4. Confirmació de models	284
4.5.4. Fase IV. Conclusions	285
4.5.4.1. Revisió del mètode analític	285
4.5.4.2. Presentació de conclusions	285

PART III. Resolució

5. Resultats	291
5.1. Introducció	291

5.2. Dades globals de l'anàlisi	292
5.3. Resultats per elements d'anàlisi	295
5.3.1. Estil Musical	295
5.3.2. Tempo	297
5.3.3. Funció articuladora	298
5.3.4. Justificació òptica	299
5.3.5. Coherència argumental	300
5.3.6. Interacció semàntica	301
5.3.7. Ubicació al muntatge	302
5.3.8. Ubicació a la narració	303
5.3.9. Pla auditiu	304
5.3.10. Funcions de la música	304
5.3.11. Subfuncions de la música dels espots electorals	307
5.3.12. Silenci	309
5.3.13. Tipus de silenci	310
5.3.14. Funcions del silenci	311
5.3.15. Blocs	313
6. Models	319
6.1. Introducció	319
6.2. Models de relació entre la banda sonora i la imatge	320
6.2.1. El model de música protagonista	322
6.2.2. El model del silenci protagonista	324
6.2.3. El model de veu protagonista	326

6.3. Models funcionals	328
6.3.1. Models funcionals de la música	328
6.3.2. Models funcionals del silenci audiovisual	330
6.4. Model sobre la música i l'estructura lògico-argumentativa ..	333
6.5. Model general de la música i el silenci en l'espot electoral	338
6.6. Reflexions generals sobre la construcció de models	342
7. Debat teòric	347
7.1. Introducció	347
7.2. Debat sobre les dades de l'anàlisi	348
7.3. Debat sobre la formulació de models	356
8. Conclusions	363
8.1. Introducció	363
8.2. Conclusions inicials	364
8.3. Conclusions sobre l'anàlisi	367
8.4. Conclusions finals	375
Bibliografia	383

ANNEXOS

ANNEX 1. Protocol conjunt d'anàlisi de la música i el silenci en els espots electorals

ANNEX 2. Graella analítica-comparativa dels espots electorals

ANNEX 3. Índex de taules

ANNEX 4. Índex de gràfics

PART I

Bases teòriques

La música comença
on s'acaba el llenguatge

E.T.A. Hoffmann, escriptor, pintor i músic alemany

Mai trenquis el silenci si no és per millorar-lo

Ludwig van Beethoven, compositor i músic alemany



Introducció

L'objectiu principal d'aquesta recerca és presentar una descripció contrastada de les funcions, usos i estils de la música i el silenci en els espots electorals. La nostra fita és, doncs, esbrinar quines fórmules d'interrelació entre la imatge, la música i el silenci són les més habituals, quines aportacions funcionals realitza cada element i observar si seria possible, o no, esquematitzar i mostrar aquests patrons de relacions en forma de models.

El mètode de treball està basat en una anàlisi del contingut i la narrativa de la música, el silenci i la imatge, tot prenent com a fonaments metodològics les aportacions de Lluís i Falcó, amb els seus paràmetres d'anàlisi de la banda sonora musical¹, i el protocol per a l'anàlisi del silenci audiovisual usat en recerques anteriors². L'anàlisi es realitza a partir d'un centenar i mig d'espots

¹ LLUÍS i FALCÓ: 1995, p. 169-186.

² TORRAS: 2007.

electorals, triats a l'atzar, amb l'únic requisit de pertànyer a règims democràtics.

Aquest treball doctoral neix motivat per una pregunta general, situada en un transfons comú de tota la investigació: com comunica la música. Per la nostra trajectòria formativa i professional ens interessa la música com a matèria expressiva, com a element comunicatiu i com a factor condicionant i modulador d'un missatge audiovisual. Ens preguntem quin és el mecanisme que empra la música per ser portadora d'una expressivitat emocional, quina és l'aportació que realitza la música en la percepció i interpretació d'una obra audiovisual.

Aquesta inspiració i curiositat musical, embrionària de la present recerca, es veu corroborada per la preeminència i absoluta penetració en la societat actual de les diverses formes i formats de la comunicació audiovisual. La modalitat de comunicació quasi hegemònica avui en dia, l'audiovisual, combina com el seu nom indica àudio i elements visuals, tot i que, malgrat aquesta obvietat, sovint acadèmicament i professional ens oblidem de la part relativa als codis acústics.

La tesi planteja una visió holística de l'audiovisual, on la interpretació i anàlisi no és possible i no té sentit si no es realitza de forma conjunta amb els codis acústics i els visuals: amb la música, la paraula, els sorolls, els efectes especials, el silenci i les imatges simultàniament. Fem nostra la dita del productor i director George Lucas qui expressava que en una pel·lícula, la música compta almenys un 50%.

Al mateix temps, en el terreny de la publicitat i concretament dels espots electorals, s'incrementa constantment l'apel·lació a l'emotivitat, a un missatge emotiu, com a mitjà per persuadir el públic receptor. La música té també una participació destacada en aquest àmbit de la comunicació emotiva, ja que, per la seva natura acústica, amb una forta ambigüïtat i manca de referents icònics clars, l'emoció mitjançant elements intramusicals és el recurs més habitual en la comunicació musical (HERRERA: 2009, p.33).

D'aquesta ubicació de la música com a element rellevant i conductor de la nostra investigació, ens plantegem, com a punt de partida, també altres premisses. Una és que el silenci forma part del procés de comunicació i de la música. El silenci absolut no existeix i, en el context audiovisual experimentem mitjançant una combinació de paràmetres psicoacústics una sensació de silenci. Per referir-nos a aquesta sensació de silenci ubicada en un context multicodi audiovisual emprem la denominació *silenci audiovisual*³. La sensació de silenci, doncs, mereix també una atenció especial en el moment d'analitzar i entendre les relacions entre la banda sonora i la imatge⁴, amb un protagonisme clar de la música.

Un segon supòsit que mantenim al llarg de la investigació és que la música comunica sempre, com a mínim, a un nivell bàsic de transmissió de pulsacions i tons relacionats amb un estadi instintiu de supervivència de l'home com a animal (LABRADA: 2009, p.23-25). Si la música té diverses esferes o estratègies de comunicació –connotació, elements intramusicals, etc.–, entenem que la condició de comunicació artística, d'art, és una evolució i un afegit posterior, fruit d'una elaboració experta i intencionada. Abans que art, però, sempre és música, premissa que ens permet entendre com a matèria expressiva musical elements de la quotidianitat com ara xiulets o entonacions melòdiques.

En tercer lloc, considerem que tant la música com la sensació de silenci influeixen i modifiquen la interpretació d'un producte audiovisual. És a dir, que com a codis diferenciats, la música i el silenci audiovisual tenen també un paper en la significació i valoració final que un ciutadà pugui fer del missatge polític d'un espot electoral.

Mitjançant aquest treball, traslladem aquestes inquietuds extretes d'un àmbit intrínscament musical al context dels espots electorals. La tria d'aquest format respon a dues consideracions principals: a) La investigació de la música i el

³ El terme, per tant, no vol expressar de cap de les maneres que el silenci es pugui veure o escoltar; l'adjectiu *audiovisual* emmarca la sensació de silenci en un producte concret.

⁴ Josep Lluís i Falcó distingeix entre Banda Sonora, on hi tenen cabuda tots els codis acústics de l'audiovisual (música, llenguatge oral, sorolls, efectes especial i silenci), i Banda Sonora Musical, referida exclusivament a la música (LLUIS i FALCÓ: 1995, p. 170).

silenci en productes de persuasió electoral és innovador, original i pot aportar noves vies de recerca respecte del paper dels codis acústics en el convenciment i la mobilització dels ciutadans; i *b*) els espots electorals representen el vincle més definit i concret entre el sistema democràtic representatiu i la comunicació audiovisual, ambdós elements protagonistes i predominants en la nostra època.

El nostre interès per la política, aprofundit i cultivat amb un màster en Ciències Polítiques i Socials, rau en la visió antropològica i sociològica del terme, com a mitjà d'interrelació entre els components d'una societat, com a element d'organització i pauta del comportament individual i col·lectiu, i, també política, com a ideologia o forma d'entendre i concebre la vida i la seva disposició social. Bo i entenent que la música es troba íntimament relacionada amb les formes d'organització social i cultural, trobem apassionant i molt interessant incloure aquesta primera connexió entre l'expressió musical i la persuasió política.

Per tant, la definició del nostre objecte d'estudi com les relacions entre música, silenci i imatge en els espots electorals implica, per força, un marc teòric multidisciplinar. La recerca requereix un context sobre els postulats bàsics de la comunicació audiovisual, de la música, de la publicitat, de la comunicació política i de les teories elementals de teoria política. El producte que analitzem, l'espot electoral, és central en els nostres temps i societat i, per tant, necessita de la contribució de diferents camps de coneixement per poder realitzar-ne una aproximació.

La investigació, però, s'ubica plenament en la comunicació audiovisual. Aquest no és un treball de publicitat, comunicació o teoria política, encara que pot realitzar aportacions en aquests i en d'altres àmbits. La pregunta que guia la recerca –quins són els usos de la música i el silenci en els espots electorals?– és relativa únicament al llenguatge audiovisual i a una anàlisi semiòtica i de contingut d'aquest format de publicitat política.

En aquest treball, ens plantegem com a objectius generals el disseny i ratificació d'un mètode per a analitzar la música i el silenci en un entorn audiovisual; establir els paràmetres bàsics de la relació entre banda sonora i imatge; classificar les principals funcions i tipologies de silenci i música en un producte audiovisual; proposar uns models que agrupin i sintetitzin els paràmetres anteriors, i explicar detalladament les característiques de la música i el silenci audiovisual en els espots electorals.

El mètode que emprem és l'anàlisi de contingut i narratiu fent servir el sistema plantejat per Lluís i Falcó per a la relació entre Banda Sonora Musical i imatge, el protocol que ja vam testar en la nostra tesina per a l'anàlisi del silenci audiovisual, i incloent-hi una referència a les funcions de la música, compilades per Teresa Fraile. Aquest conjunt de paràmetres s'observen i s'analitzen per a cadascun dels 150 espots electorals que formen la nostra mostra, espots que pertanyen a èpoques diferents (des de l'aparició del format fins als nostres dies) i a espais sociopolítics també variats.

Per tant, aquest treball aporta una descripció sobre els estils de música i silenci que s'utilitzen en la persuasió electoral, les modalitats de formes narratives i com s'integren en el discurs global de l'espot electoral. La radiografia de la música i el silenci en els espots electorals que es presenta en aquesta investigació mostra el *què* i el *com* i apunta algun *per què* respecte la temàtica que treballem.

La principal contribució d'aquesta investigació és, d'una banda, l'experimentació i confirmació d'un mètode d'anàlisi que inclou el silenci audiovisual i un protagonisme de la música en el conjunt del producte, i, d'altra banda, la presentació d'una tendència general de la música i el silenci audiovisual en els espots electorals. Aquest treball ens mostra què succeeix en el llenguatge audiovisual de la publicitat política respecte la música i el silenci.

Per tant, el present treball marca uns models de relació i unes conclusions inicials que han de servir de base per a properes investigacions en aquest camp.

Entenem aquest treball com una fase preliminar però del tot necessària i indispensable i, per tant, important. Més endavant, la nostra voluntat serà ampliar la recerca en aquest espai de coneixement tan definit i delimitat.

D'entrada, un tema pendent i proper, és la relació entre la música i l'argumentació mitjançant estructures filosòfiques i/o retòriques. Aquest tema queda apuntat en les bases conceptuals que hem plantejat i treballat en aquesta investigació. Altres vies d'expansió d'aquesta investigació són l'estudi de la relació entre música i silenci audiovisual en els espots electorals bo i comparant el seu origen sociocultural i, fins i tot, la tendència política de la formació que els edita: analitzar si hi ha semblances i diferències o patrons característics en la música i el silenci emprats en els espots electorals d'Àsia o Àfrica, i els editats per partits conservadors, progressistes, nacionalistes, etc.

La tesi s'estructura en tres parts ben diferenciades. Una primera part d'introducció contextual, on trobem el disseny de la investigació; el marc teòric que hem explorat; i un desenvolupament de les principals idees, teories i conceptes relatius al nostre objecte i camp d'estudi. Una segona part en la qual plantegem i expliquem el nostre mètode d'anàlisi. I una tercera part en què exposem els resultats obtinguts amb el mètode d'anàlisi i iniciem un debat teòric tot posant en relació aquests resultats i la teoria abans presentada. En últim lloc, exposem les conclusions obtingudes.

‘El gènere humà té,
per saber conduir-se,
l’art i el raonament’

Aristòtil, filòsof grec

‘El silenci és un gran art per a la conversa’

William Hazlitt, literat anglès

Disseny de la investigació

En aquest capítol s'explica quin disseny conceptual i metodològic s'ha atorgat a aquesta investigació. En definitiva, s'explicita la planificació científica de la recerca. Amb aquesta finalitat, es presenten i es comenten la pregunta de recerca principal i les qüestions secundàries que se'n deriven; els objectius científics i acadèmics de la investigació i la rellevància del treball proposat. També, posteriorment, es realitza una proposta d'hipòtesis i s'explica la metodologia, a trets generals, que s'emprarà per realitzar la investigació.

1.1.Tema

El tema general de la investigació és la relació estètico-narrativa de la música i el silenci audiovisual⁵ amb les imatges i altres codis expressius en el si d'un

⁵ El terme 'silenci' porta a confusions, ja que el silenci absolut no existeix. Normalment quan parlem de *silencis* en el marc de l'audiovisual ens referim a la percepció psicoacústica d'una

producte audiovisual. L'àmbit de la investigació és la Comunicació Audiovisual, específicament, l'apartat d'anàlisi i estètica dels productes audiovisuals.

El tema més específic d'aquest treball se centra en aquestes esmentades relacions estètico-narratives de la música i el silenci amb altres codis audiovisuals en el marc dels espots electorals, en concret, i de la comunicació persuasiva, en general.

1.2.Plantejament del problema de coneixement

Avui en dia, resulta indiscutible la connivència en el si d'una societat de la informació, on la comunicació i la informació són matèries primeres valuoses⁶. Dins de la multiplicitat de mitjans de comunicació i de fonts d'informació, també és constatable el predomini de la televisió com a mitjà central i hegemònic en l'entreteniment i la informació de la població. Aquest fet, l'hegemonia del mitjà televisiu provoca consegüentment l'adquisició del paper protagonista en la informació política per part dels espots electorals en les campanyes electorals, productes que mostren la seva vinculació directe amb una cultura audiovisual i amb el llenguatge de la televisió⁷.

Paral·lelament, s'observa un creixent ús de les imatges i la música en l'evocació d'emocions durant els espots electorals⁸, el que s'ha anomenat, l'emocionalització dels espots electorals. Aquesta tendència emocional ha coincidit amb el reconeixement i la investigació sobre la importància de les emocions a l'hora de prendre decisions⁹, influència científicament corroborada

sensació de silenci, provocada per una variació dels paràmetres psicoacústics. Tanmateix, l'expressió 'silenci audiovisual' pretén evocar aquesta *sensació de silenci* en un marc audiovisual i defugir la concepció d'un silenci abstracte absolut. Al llarg d'aquesta investigació emprarem, doncs, el terme 'silenci audiovisual' per referir-nos, tal i com hem expressat, a la *sensació psicoacústica de silenci* en audiovisionar un producte audiovisual.

⁶ CAPDEVILA: 2002, p.11.

⁷ HOLTZ-BACHA; LEE: 1995, p.207; BRADER: 2006, p.19.

⁸ BRADER: 2006, p.4; BRADER: 2005, p.388.

⁹ SCHWARZ: 2000, p.433 i 436.

des de la psicologia i altres disciplines. Igualment, s'aprecia que existeix una clara influència del mitjà i del format audiovisual en la persuasió de l'espectador¹⁰, és a dir, que la televisió i els espots, respectivament, també juguen un paper rellevant marcant les condicions i les característiques de la persuasió.

Per altra banda, s'ha teoritzat abundantment sobre la incapacitat de la música de comunicar elements racionals i concrets per si mateixa i, en canvi, la seva gran potencialitat per expressar emocions generals i abstractes¹¹, essent generalment expressiva¹². L'ambigüïtat del silenci, dependent del context audiovisual, també el situa en un marc expressiu general i condicionat per la seva interrelació amb els codis expressius del producte audiovisual.

La pregunta general que ens motiva aquesta situació teòrica és quina influència tenen la música i el silenci en la persuasió que duen a terme els espots electorals. Tanmateix, essent aquesta una pregunta de coneixement general, en aquesta investigació s'han de resoldre aspectes previs i definitoris de la relació exposada, abans de poder parlar d'*influència* sobre un efecte, com és la persuasió. Així, la pregunta se centra en quina és la relació que existeix –que habitualment s'empra– entre la música i el silenci i els altres codis audiovisuals en els espots electorals. Aquesta relació per la qual preguntem es concretarà en la pregunta de recerca en l'àmbit estrictament estètic i narratiu, deixant de banda, doncs, les implicacions semàntiques o els plans significatius i d'anàlisi del missatge polític –del discurs– en relació a la música i al silenci audiovisual per a futures investigacions.

¹⁰ CAPDEVILA: 2002, p.208.

¹¹ MEYER: 2001, p. 54 i 60; RADIGALES: 2002, p.74.

¹² SERAFINE: 1988, p.14.

1.3. Plantejament inicial

D'aquesta manera, de la concreció de la pregunta general de coneixement, formulem en l'àmbit específic de l'estètica i la narració audiovisual la següent pregunta de partença que constituirà la base del nostre plantejament inicial:

Quins són els principals usos de la música i el silenci en els espots electorals de les formacions polítiques en contextos de democràcia?

Aquesta pregunta emmarca i guia la investigació. La pregunta ja delimita el producte, l'espot electoral audiovisual, i el context sociopolític, els règims democràtics. Alhora, centra l'atenció en els usos de la música i el silenci com a objecte d'estudi. D'aquesta pregunta inicial, però, se'n deriven altres de més específiques que van concretant aspectes o fases que la recerca ha d'anar assolint.

Un dels principals motius de la diversificació de la pregunta de partença principal és les accepcions del terme *usos* en el context audiovisual. En aquesta investigació es pretén indicar les tipologies i estils de música i de silenci audiovisual, les funcions de la música i el silenci audiovisual, la ubicació estructural i narrativa de la música i el silenci audiovisual en el conjunt del producte audiovisual i, finalment, les característiques i connotacions d'aquests estils, funcions i ubicacions. Aquestes eixos marcaran la formulació de les preguntes de recerca secundàries. Aquestes preguntes secundàries són les següents:

- Quin és el mètode d'anàlisi més apropiat per estudiar la música i el silenci en els espots electorals?
- Quines tipologies musicals s'empren en els espots electorals?
- Quins tipus de silenci s'empren en els espots electorals?
- Quines funcions desenvolupa la música en el discurs audiovisual dels espots electorals?
- Quines funcions desenvolupa el silenci en el discurs audiovisual dels espots electorals?
- Quina és la ubicació narrativa de la música en els espots electorals?

- Quina és la ubicació narrativa del silenci en els espots electorals?
- Quina és la valoració estètica de la música i el silenci en els espots electorals?
- Es poden establir uns models de relacions de la música i el silenci amb els altres codis audiovisuals en els espots electorals?

La resposta a aquestes preguntes ha de sorgir d'una anàlisi empírica de continguts i de la síntesi i classificació dels resultats. Aquesta anàlisi anirà conformant uns patrons habituals que es poden erigir com a models de relacions o estructures de la música i el silenci amb el conjunt audiovisual en el marc dels espots electorals.

1.4. Objectius de la investigació

Aquest treball, atenent l'orientació del plantejament inicial i del marc teòric (vegeu capítol 2. Marc teòric), es planteja els objectius següents:

- a) Establir un mètode eficient, amb els corresponents protocols universals, per analitzar els usos i relacions de la música i el silenci audiovisual en el marc d'un producte audiovisual de comunicació persuasiva.
- b) Establir els paràmetres bàsics per definir la relació entre música i silenci audiovisual amb el conjunt de l'spot electoral.
- c) Classificar les principals tipologies, funcions i ubicacions narratives de la música i el silenci audiovisual dels espots electorals.
- d) Sintetitzar i agrupar els paràmetres anteriors (tipologia, funcions, ubicacions narratives) en uns models representatius de les relacions i usos de la música i el silenci audiovisual en els espots electorals.

- e) Analitzar la funció estètica de la música i el silenci audiovisual en els espots electorals.

Els objectius de la investigació deriven directament de les preguntes de partença que s'han plantejat per a aquest treball. L'assoliment i la resolució dels objectius de la investigació tal i com han estat formulats representen possibles respostes a les preguntes de coneixement formulades anteriorment.

1.5. Definició de l'objecte d'estudi

La investigació té en compte el context sociopolític, però està plenament focalitzada en una anàlisi narrativa i estètica basada en els materials audiovisuals que presenten i transmeten el discurs polític. Tot i que indaguem els criteris, els objectius, les expectatives i la metodologia de selecció dels components d'aquest material audiovisual, el principal treball de recerca continua recaient en la trama narrativa i estètica dels espots electorals. L'estudi, per tant, es realitza sobre un vídeo publicitari polític i sobre el seu significat, en certa manera, aïllant el producte dins la cadena de l'esquema de comunicació en l'esglaió del missatge.

L'objecte d'estudi són, en general, tots els elements constituents de la banda sonora –música, veu, soroll, silenci i efectes especials–, així com les tècniques narratives i de realització incloses en els espots electorals audiovisuals. Específicament, la investigació se centra en la música i el silenci audiovisual – components destacats de la nostra recerca–; però més acuradament, la investigació s'interessa pels usos i relacions de la música i el silenci audiovisual amb el conjunt de l'espot electoral.

El nostre objecte d'estudi és, per tant:

Els usos i les relacions que es poden establir entre la música i el silenci audiovisual amb la resta de codis audiovisuals, així com amb les tècniques narratives i de realització incloses en els espots audiovisuals, els quals són emprats per les formacions polítiques per tal de difondre i

fomentar el seu missatge polític durant la campanya electoral en un context democràtic¹³.

L'objecte d'estudi se centra en una vinculació, en una relació. El seu estudi necessita, per tant, dues parts: per una banda la música i el silenci audiovisual; i per l'altra, el conjunt del producte audiovisual. Al mateix temps, l'objecte d'estudi, tal i com l'hem definit, no acota un espai geogràfic (els espots poden tenir qualsevol origen), però sí un espai sociopolític (els espots han de provenir d'un context democràtic) i funcional (han de ser espots emprats en processos electorals¹⁴). Ja que estudiem la relació visual-acústica en un marc de persuasió política, les diferències d'un entorn social amb règim democràtic o bé amb règim autoritari podrien afegir moltes més variables que tan sols crearien confusió en la delimitació i definició dels models de relació música/silenci/imatge que cerquem. Per tant, és convenient delimitar l'anàlisi als espots electorals produïts i emesos en contextos democràtics; aquest component democràtic contextual extern a l'objecte d'estudi eliminarà possibles variacions inesperades i facilitarà la síntesi i l'extracció d'unes conclusions globals.

Concretant el corpus de materials del qual extraurem l'objecte d'estudi, especificat en elements concrets, la definició del corpus seria:

Els espots electorals emprats en un context democràtic per qualsevol partit o formació política per tal de difondre i fomentar el seu missatge polític durant una campanya electoral, així com altres materials audiovisuals de difusió i participació en la campanya.

L'spot electoral, com a producte, queda explícitament diferenciat del nostre objecte d'estudi. L'spot electoral conté l'objecte d'estudi, que són les relacions estètico-narratives entre la música i el silenci audiovisual i el conjunt del producte; però no és l'objecte d'estudi en si mateix.

¹³ L'existència d'una campanya electoral i unes eleccions no garanteixen *per se* que la tria ciutadana es desenvolupi en un context democràtic. Poden perfectament ser una farsa electoral o bé comptar amb un sol partit/candidat. El matís de *context democràtic* és necessari per tal d'acotar i seleccionar coherentment el corpus d'anàlisi.

¹⁴ Hi ha altres tipus d'espots de comunicació política que no es destinen a la promoció d'un candidat o unes sigles en les eleccions. Aquests no ens interessarien, *a priori*.

El nombre d'espots per analitzar i els seus orígens dependran de la facilitat o la complexitat amb què es vagin acomplint els objectius de la investigació i de la claredat amb què es vagin diferenciant els models de relacions que vol plantejar la recerca. La reiteració sobre uns paràmetres ja estudiats i classificats i la manca de novetats respecte de les modalitats investigades determinaran la no-incorporació de més espots per a la seva anàlisi corresponent. Tanmateix, es procurarà que el nombre d'espots sigui suficientment significatiu.

1.6. Coherència i rellevància

Aquesta investigació, introduïda amb el problema de coneixement, plantejada en termes de les corresponents preguntes de recerca, i concretada en els objectius per assolir, reuneix els trets que es consideren imprescindibles per a una recerca científica ben fonamentada. Aquestes característiques relatives al plantejament correcte de la investigació són:

- a) Que sigui realitzable. Per la seva acotació i definició d'objectius, proposem una metodologia (vegeu l'apartat sobre la metodologia) que fa que la recerca sigui factible.
- b) Que sigui interessant. Les qüestions que plantegem i les seves respostes són d'interès per a diversos àmbits. A part de la seva contribució teòrica i acadèmica en l'anàlisi dels productes audiovisuals, específicament els productes de persuasió, la tesi genera uns patrons analítics de gran utilitat per a disciplines com la comunicació política, la publicitat o el periodisme.
- c) Que sigui innovadora. Fins ara, no s'ha plantejat científicament l'estudi de la música i el silenci, com a codis audiovisuals, en un context de producte persuasiu. La innovació d'aquest treball ve donada per l'objecte d'estudi, però també per l'aportació metodològica –mètode analític– i conceptual, sobretot, en relació al silenci. La investigació és, doncs, plenament innovadora.

- d) Que sigui ètica, respectuosa amb els principis deontològics internacionals. Òbviament, així és¹⁵.
- e) Que sigui rellevant. Pels coneixements científics i professionals, aquesta recerca es troba vinculada amb el creixent estudi de l'emotivitat en les campanyes electorals, concretament, en els seus espots de comunicació política. Com a treball innovador en un àmbit poc estudiat, amb l'atenció fins ara inèdita sobre un concepte com la sensació de silenci en l'audiovisual, aquesta investigació obre diverses línies d'investigació que es desenvoluparan en recerques posteriors i des de diferents disciplines o plataformes pluridisciplinàries (GARCÍA: 1995, p.24).

1.7. Hipòtesi

La recerca té, per una banda, un plantejament teòric de revisió de les teories i coneixement respecte la música i el silenci audiovisual; per una altra banda, un plantejament descriptiu, ja que aspira a la proposició de diferents classificacions, obtingudes de les anàlisis de contingut dels espots electorals, de diferents conceptes expressats en els objectius de la investigació (classificar les funcions, les tipologies, les ubicacions narratives i els usos estètics de la música i el silenci audiovisual en els espots electorals); finalment, la recerca comporta també un treball d'innovació metodològica, la qual és en si una aportació científica més, amb la definició d'un mètode i protocol per a l'estudi de la música i el silenci audiovisual en productes audiovisuals persuasius. Aquestes tres característiques, predominants en la investigació, dificulten la formulació d'una hipòtesi en el seu sentit de relació explicativa casual.

¹⁵ Malgrat que aquesta és una exigència molt més procedent i necessària en investigacions de les ciències pures –bioquímica, física nuclear...– o en ciències socials amb tracte directe amb éssers humans –psicologia, antropologia,...–, no sobra mencionar-la ja que, en l'entorn disciplinari de la comunicació audiovisual també es podria caure en incorreccions morals i ètiques basades en estereotips, prejudicis i sobrevaloració de trets socials i humans, en el fons irrellevants i inconnexos, amb una veritable recerca acadèmica objectiva.

Tanmateix, ja que l'objectiu final de la investigació és establir uns models de relacions, es pot expressar una hipòtesi general respecte a aquesta intencionalitat afirmant que:

Es poden establir uns models de relació entre la música i el silenci audiovisual en l'espot audiovisual en referència a les tipologies, les funcions, la ubicació narrativa i l'estètica dels components esmentats de la banda sonora musical.

L'anàlisi de contingut dels espots electorals determinarà la possibilitat d'observació d'uns patrons de relacions reiteratius i la viabilitat de síntesi d'aquests patrons en uns models definits, exclusius i exhaustius que classifiquin i en siguin explicatius de les relacions i usos de la música i el silenci audiovisual en l'espot electoral. Aquesta capacitat sintètica i explicativa d'uns possibles models corroboraria aquesta hipòtesi. Qualsevol imprecisió o complement que requereixin aquests models, negaria o bé matisaria aquesta hipòtesi principal.

Al mateix temps podem formular diferents subhipòtesis les quals no han de ser necessàriament dependents de la validació de la hipòtesi central. Aquestes subhipòtesis es poden modificar o completar en desenvolupar les diferents fases de la investigació. Alguns d'aquests punts secundaris són:

a) Es Poden establir també submodels de relacions basats únicament en cadascun dels paràmetres analitzats (funcions, tipologies, ubicació i estètica).

b) Els models de relacions es troben directament vinculats al format i al pressupost de la producció audiovisual.

c) La música i el silenci audiovisual marquen de manera rellevant i decisiva l'estètica del discurs polític en els espots electorals. Tant la música com el silenci audiovisual, doncs, són parts i aspectes fonamentals de la realització de l'espot electoral que cal tenir en compte per tal que el producte sigui eficient en la persuasió del seu públic objectiu.

d) Per la necessitat d'explicitar el missatge i per l'ambigüitat del silenci audiovisual, aquest és un element marginal en els espots electorals.

e) La principal funció del silenci audiovisual és una emfatització expressiva del discurs, seguida d'una funció merament sintàctica.

1.8. Desenvolupament metodològic

La investigació requereix primer d'una recerca documental per establir l'estat de la qüestió quant a publicitat, comunicació política i audiovisuals destinats a una funció persuasiva ideològica, és a dir, on l'objecte comercial n'és un idea. Cal analitzar també, encara que sense aprofundir-hi, el context sociopolític i els paràmetres definitoris de les democràcies actuals.

La metodologia prevista consta també d'una revisió de les darreres i principals aportacions científiques en el camp de la música i l'audiovisual per tal d'identificar les taxonomies ja existents pel que fa a funcions i tipologies de la música i el silenci audiovisual. Posteriorment, s'adaptaran i es redefiniran aquestes classificacions segons les necessitats específiques de la recerca present.

La investigació principal se centra en l'anàlisi del producte final: els vídeos electorals. En aquest sentit, les tasques que realitzarem per comprovar o modificar les nostres hipòtesis són:

- Definició dels paràmetres a analitzar per tal de valorar les relacions i usos de la música i el silenci en els espots electorals.
- Disseny d'un protocol global i universal d'anàlisi de la música i del silenci audiovisual en els espots electorals.
- Visualització dels espots electorals i buidatge de les dades i paràmetres indicats.

- Definició dels models resultants de l'anàlisi de les relacions i usos de la música i el silenci en els espots electorals.
- Classificació dels espots electorals més significatius i rellevants amb els nous models establerts.
- Creació d'una taula de classificació de les músiques i els silencis observats.
- Anàlisi i comentari de casos específics extrets de l'observació anterior.

L'anàlisi dels espots electorals és una anàlisi de contingut i de narrativa audiovisual. Per a més detall del mètode analític, vegeu el capítol dedicat a aquest aspecte. Del contrast i la complementarietat entre l'anàlisi empírica dels espots electorals i l'estat de la qüestió teòric sorgiran propostes de resolució per a les preguntes de recerca plantejades en la investigació. De la mateixa manera, es provaran i es debatran les hipòtesis presentades.

1.9. Contribucions de la investigació

La present investigació és innovadora per la vinculació narrativa de la música i el silenci audiovisual amb el producte persuasió dels espots electorals. Existeixen treballs aproximatius que transcorren sobre la relació entre música i tipus de música (molt generalment amb una expressió trista, alegre, etc.) amb la retenció d'informació dels espots electorals o amb la incidència del to de l'espot sobre la decisió de l'espectador¹⁶. Tanmateix, no existeix cap treball científic que estructurï l'ús i les relacions de la música amb el format audiovisual dels espots electorals. Aquesta investigació és pionera en aquest aspecte concret i aspira, en aquest sentit, a formular uns paràmetres de relació entre el conjunt del producte i la música en un context persuasió política, així com una formulació de models bàsics de relació que siguin útils com a eina analítica en altres recerques i treballs.

¹⁶ Per exemple, vegeu BRADER: 2005; BRADER: 2006; SCHWARZ: 2000, per al poder influent de les emocions, i MEYER: 2001, per al potencial emotiu, en general, de la música. També vegeu SANTACREU: 2002 per a una relació descriptiva i funcional de la música a la publicitat.

El mateix comentari respecte de la música es pot aplicar al silenci audiovisual. Aquest element, però, encara té l'agreujant de comptar amb molt menys suport de literatura que el reivindiqui com a matèria expressiva de l'audiovisual. Aquesta investigació, per tant, aspira també a definir i classificar les tipologies i funcions del silenci audiovisual, així com a establir un protocol universal que en permeti l'anàlisi. De la mateixa manera, s'establiran també uns models de relació del silenci audiovisual respecte dels espots electorals, models que han de servir com a instrument analític, explicatiu i classificador en altres investigacions.

Aquest treball inicia un camp general d'investigació, la música i el silenci audiovisual en els productes polítics audiovisuals i persuasius, que pot ser també extens als anuncis audiovisuals publicitaris no polítics. En aquest sentit, s'obren diverses vies d'investigació com poden ser:

- a) La vinculació i relació entre música i silenci audiovisual i les figures retòriques o filosòfico-argumentatives dels espots electorals¹⁷.
- b) La vinculació estilística (per estils i tipologies) i semàntica de la música i el silenci amb el missatge estrictament polític.
- c) La influència de la música i el silenci audiovisual en la interpretació dels espots polítics per part de l'espectador.

1.10. Estructura de la tesi

La investigació s'adapta al format de la tesi doctoral adoptant tres blocs o parts. La primera assenta el marc teòric necessari per recolzar-hi la recerca que hem descrit. En aquest sentit, es defineixen i s'esbossen els principals conceptes, teories i paradigmes de la teoria política, la publicitat i la comunicació persuasiva, la comunicació i la comunicació audiovisual. Aquesta part correspon al capítol segon del present treball.

¹⁷ Capdevila realitza l'estudi d'aquestes figures retòriques i argumentatives, però sense vincular-les a la música ni al silenci audiovisual. Sobre aquest aspecte, vegeu CAPDEVILA: 2002. Igualment, Altarriba indica les bases analítiques per les figures retòriques i argumentatives a la publicitat; vegeu ALTARRIBA: 2005.

En el capítol tercer es realitza l'estat de la qüestió desenvolupant el debat sobre les teories i els conceptes que més influeixen en la investigació, així com es redefeixen els conceptes necessaris, segons el marc teòric proposat.

En una segona part, es planteja el mètode analític. Aquest s'extreu principalment de les contribucions de Josep Lluís i Falcó amb la seva metodologia per analitzar la banda sonora musical en relació amb la imatge¹⁸, i de les nostres pròpies aportacions de treballs acadèmics anteriors que ja assentaven les bases per a un mètode analític del silenci audiovisual¹⁹. La tasca d'aquesta recerca és, doncs, compilar i adaptar els dos mètodes suggerits al nou marc analític dels espots electorals. En la part II, al capítol quart, es defineixen els paràmetres que han de ser objecte d'observació i anàlisi i se'n justifica la selecció.

Una tercera part recull els resultats de l'anàlisi dels espots electorals. En aquesta part es presenten els models obtinguts i se'n discuteixen les característiques i mancances, així com les dificultats i deficiències analítiques. Una vegada establerts els models de relacions entre la música i el silenci audiovisual amb el conjunt de l'espot electoral, se'n trien els espots més representatius i significatius de cada model i es prova la coherència i encert (o desencert) dels models generals proposats, a efectes de la seva exhaustivitat, explicació i exclusivitat.

Dels resultats i de la comprovació dels models es comenten les hipòtesis inicialment proposades i se'n dedueixen les conclusions generals i específiques de la investigació.

La investigació, per tant, en forma de tesi, consta d'una part teòrica inicial per tal de contextualitzar, una part analítica central, amb l'aplicació pràctica de la teoria compilada, i una darrera part teòrica on es discuteix i es relacionen els resultats de l'anàlisi amb la teoria seleccionada, aportant unes conclusions finals del seu debat.

¹⁸ Vegeu LLUÍS i FALCÓ: 1995.

¹⁹ Vegeu TORRAS: 2007.

Crec que no es pot ser home,
i encara menys artista,
sense tenir una consciència política.
L'art és política

Luchino Visconti, director de cinema

La teva desconfiança m'inquieta
i el teu silenci m'ofèn

Miguel de Unamuno, filòsof i escriptor espanyol

Marc teòric de la investigació

En aquest apartat inicial, en primer lloc expliquem el caràcter pluridisciplinari de la nostra investigació i, seguidament, enumerem de forma generalitzada i resumida les diferents aportacions que realitza cada branca de coneixement en la recerca de la present tesi doctoral. A continuació d'aquesta introducció genèrica i reflexiva es detallen les teories concretes i específiques que serveixen de guia contextual a la nostra investigació, al mateix temps que es comenten els principals avantatges i també les mancances de cada element teòric.

Aquesta tesi, per l'objecte d'estudi triat –la música i el silenci en els espots electorals– i per la metodologia d'anàlisi, s'emmarca en tres branques teòriques diferents: la ciència política, la publicitat i l'audiovisual. Cadascuna d'aquestes branques està representada en aquest treball per especialitats concretes i, en algun cas –com és el de la música–, per especialitats o elements que ben bé podrien ser ells mateixos parts d'altres disciplines o matèries (és a dir, que podrien ser tractats i formar part de diferents camps teòrics per si mateixos). La

naturalesa pluridisciplinària que emana de l'objecte d'estudi, doncs, es transmet inevitablement al conjunt de la investigació, la qual també es recolza coherentment sobre diferents disciplines.

La branca de la ciència política aporta a aquesta recerca les explicacions del funcionament institucional, tant en un sistema democràtic com en un altre que no ho sigui pas; la concepció i definició de la democràcia i el paper que hi juga la comunicació, tant en la seva pròpia essència definitòria com en el funcionament o l'aplicació diària del sistema democràtic; la presentació, sota el punt de vista de diferents teories, de la relació entre cultura, nació i estat, és a dir, la correspondència entre la democràcia representativa i un o diversos *demos*; el paper de les eleccions (i especialment la comunicació electoral) en el procés democràtic; i les diferents perspectives que es poden realitzar sobre els drets i valors més fonamentals, com pot ser la informació i la llibertat d'expressió, respecte la consideració o no d'un pluralisme existent a la societat que emet els missatges.

És necessari apuntar, però, que el producte audiovisual continent del nostre objecte d'estudi –és a dir, els espots de comunicació política– no són de cap de les maneres un producte directament vinculat a un règim democràtic ni, tampoc, un producte exclusiu de les eleccions, democràtiques o no. Els espots polítics, com a eina persuasiva política i audiovisual, poden aplicar-se qualsevol tipus de règim, també dictadures o poliarquies. De fet, ha estat històricament en els períodes més autocràtics on la comunicació i la propaganda política han tingut un ús i una evolució més destacada. Al mateix temps, és important constatar que un spot polític es pot emprar per persuadir o comunicar en altres contextos que no únicament les eleccions (moments de crisi, explicació a la població d'estratègies del govern, etcètera).

Per tal de delimitar més estrictament el nostre objecte d'estudi (i de retruc, el nostre marc teòric) i reduir-ne les possibles variables, aquesta tesi se centra únicament en espots de comunicació política dedicats a la persuasió electoral, és a dir, ideats i realitzats per participar en una campanya electoral. Alhora,

també s'ha restringit l'anàlisi als espots produïts en règims democràtics. Resta, doncs, per a propers treballs acadèmics, la interessant comparació entre la música i el silenci dels productes polítics audiovisuals amb finalitat electoral i aquells que es destinen a altres funcions, i, com una altra via d'investigació, la comparació entre la música i el silenci dels espots electorals en règims democràtics i aquells emesos en règims que no ho són. Com ja hem apuntat, però, aquest treball es focalitzarà en els espots electorals dins de règims democràtics.

Tres són les raons que ens condueixen a centrar-nos en els espots electorals produïts en països democràtics. La primera, la vinculació directa ja esmentada entre persuasió i democràcia, sent la democràcia el marc polític on realment la persuasió –i per tant els instruments que empra– han de ser eficients. La segona raó, perquè pragmàticament ens ajuda a reduir el corpus potencial d'anàlisi i de forma coherent, és a dir, eliminant una gran varietat de variables que podrien sorgir si afegíssim més diferències entre els règims polítics i les organitzacions sociopolítiques. Escollint tan sols els contextos democràtics ens assegurem que un gran nombre de condicions externes al producte²⁰ audiovisual siguin més o menys semblants i, per tant, no gaire influents en l'estructura narrativa i argumentativa de l'espot. I finalment, la tercera raó és que com a producte necessari per a la democràcia, els països i estats democràtics han produït un nombre més gran d'anuncis audiovisuals polítics i, per tant, la seva localització i obtenció és més senzilla; obtenim molts més espots electorals de països democràtics que d'altres zones on no hi ha democràcia.

Per altra banda, la branca de la publicitat ens aporta les distincions conceptuals entre persuasió, convicció i manipulació. Alhora, també es diferencien la publicitat, el màrqueting, la comunicació política i la propaganda. La publicitat ens ofereix explicacions detallades del procés d'elaboració i producció d'un missatge persuasiu, també en el seu vessant audiovisual, així com articula una teoria sobre la connexió entre la retòrica clàssica i la nova retòrica del segle XX

²⁰ Per exemple, l'existència de més o menys lliure mercat; el reconeixement dels drets d'informació individuals i/o col·lectius; la llibertat de les formacions polítiques de presentar candidatures i publicitar-les, fer-les públiques o bé fer-ne publicitat, etc.

amb l'estructura i la funcionalitat del missatge publicitari. La teoria publicitària que apliquem en aquesta investigació relaciona, a tres bandes, l'estructura formal del missatge, el contingut semàntic i el contingut simbòlic del missatge. La teoria de la publicitat ens explica també els enfocaments estratègics bàsics i més destacats de cara a plantejar i planificar un argument persuasiu. Tots aquests elements es veuran amb més detall uns paràgrafs més endavant.

Taula 2.1. Emmarcament de l'objecte d'estudi de la present investigació

Emissor	Canal	Missatge	Codis audiovisuals	Significat del missatge	Receptor
Condicions de la comunicació política	Trets de la comunicació televisiva	Comunicació audiovisual	Imatge	Figures narratives	Condicions de la comunicació política
Estructura del sistema democràtic	Característiques de l'ús electoral de la televisió	Característiques dels espots electorals	Llenguatge escrit/ gràfics	Figures enunciatives / argumentatives	Teories sobre recepció
Drets de comunicació i informació		Estructura narrativa	Llenguatge oral / veus	Figures retòriques	Efectes dels mitjans de comunicació
Característiques dels actors polítics (partits, coalicions, etc.)		Estructura retòrica	Sorolls/ Efectes especials	Semiòtica	Drets de comunicació i informació
Característiques comunicatives de les campanyes electorals		Estructura discursiva/ argumentativa	Música	Tècniques persuasives	Comportament polític i electoral
		Estètica	Silenci		
Ciència política Comunicació política	Comunicació audiovisual Comunicació política	Publicitat Comunicació audiovisual Comunicació política	Comunicació audiovisual	Comunicació audiovisual Publicitat	Comunicació Psicologia Publicitat Ciència política

* Les cel·les en color taronja representen l'epicentre de la present investigació

Tant la ciència política com la publicitat són matèries necessàries per contextualitzar adequadament aquesta investigació. Tanmateix, les seves contribucions són únicament contextuais, és a dir, no afecten directament l'objecte d'estudi proposat, sinó que l'emmarquen. Cal precisar novament que la nostra tesi versa sobre la relació entre la tipologia i les funcions de la música i el silenci en els espots electorals. La primera part, doncs –la tipologia i les funcions de la música i el silenci– ja ha estat àmpliament debatuda en nombrosos treballs i literatura especialitzada, també en la nostra tesina, amb l'excepció del silenci que té un caràcter més exclusiu en la nostra investigació.

Per tant, la veritable connexió d'aquesta tesi és entre aquestes tipologies i funcions de la música i el silenci per una banda, i entre la forma o el caràcter de la persuasió en els espots electorals per l'altra. Aquest vincle, però, no es veu directament modulats o alterats per les teories polítiques o publicitàries ja que aquestes tan sols aporten un *coixí* on ubicar l'estudi de la relació entre la música i el silenci, i la persuasió, en un cas tan concret com el que hem escollit²¹.

Amb aquesta matisació volem remarcar que l'anàlisi i el mètode de recerca d'aquest treball són eminentment propis de la comunicació audiovisual o, si es vol, en un sentit més ample, de la *comunicologia* com a ciència²². Aquesta, cal recordar-ho, no és una tesi de comportament electoral, ni de comunicació política, ni de publicitat, encara que, com a treball pluridisciplinari, de ben segur que pot fer aportacions molt interessants en aquests camps. Aquesta és una tesi de comunicació audiovisual i com a tal se centra en el llenguatge audiovisual.

És per tant el camp de la comunicació audiovisual el que influeix més en la nostra metodologia i conclusions amb les seves aportacions teòriques. Les teories que emprem d'aquesta branca se centren en el missatge o en els propis

²¹ Com que el veritable interès d'estudi és la relació entre la imatge, la música i el silenci, aquesta investigació té múltiples àmbits d'aplicació: tots aquells on conflueixin aquests tres elements, és a dir, tot tipus de productes audiovisuals (films, videojocs, internet, programes de televisió, etc.).

²² Vegeu RODRÍGUEZ 2002.

codis del llenguatge audiovisual. Així, elements com l'emissor, el canal o el receptor, factors paradigmàtics de tota comunicació, són també elements contextuals, ja que el nostre interès i la nostra anàlisi se centren en els codis visuals i acústics del missatge i la seva relació amb el significat i la persuasió.

De la teoria audiovisual, per tant, obtenim les teories sobre la transmissió de la comunicació (emissió, transmissió i recepció), les teories sobre la interpretació i recepció de missatges audiovisuals, però, sobretot, les teories semiòtiques de l'estructuració de la informació i el significat en un missatge audiovisual, les teories sobre les funcions i tipologies de la música, i la interacció dels codis que componen l'audiovisual. Malgrat que la persuasió va encaminada, com ja veurem, a promoure un canvi d'actitud i acció en el receptor, aquest canvi pròpiament i els mecanismes cognitius que el produeixen no entren en l'abast d'aquesta recerca.

En aquest apartat hem argumentat la centralitat de la comunicació audiovisual en la nostra investigació, les aportacions de cada branca de coneixement implicades –teoria política, publicitat i comunicació– i els criteris generals d'acotament del corpus de materials als espots produïts en espais democràtics. En els propers apartats desenvoluparem amb més detall les teories i conceptes que recollim de cada camp per emprar-los com a marc teòric.

2.1. Teories de la ciència i la teoria política

En aquest apartat primer apuntem el sentit i l'àmbit de les teories que hem seleccionat i, en segon terme, descrivim sintèticament les teories polítiques seleccionades que constitueixen el context polític de la nostra investigació.

En el marc de la ciència i la teoria política ens referim a quatre teories que emmarquen perfectament, entre totes elles, el procés comunicatiu en el qual es veuen immersos els espots electorals. Com a context necessari per investigar el llenguatge de la comunicació política fem esment de la teoria de *l'espai de comunicació* de Josep Gifreu; la teoria de la *poliarquia* i els requisits de la

democràcia de Robert A. Dahl; la teoria de la *caixa negra*, en referència a l'estructura sistèmica institucional i el seu funcionament, de David Easton, i, finalment, la teoria del *pluralisme de valors* plantejada per diversos autors (Ferran Requejo, Isaiah Berlin) sobre l'atenció a les minories i la diversitat des de l'òptica dels principals drets i llibertats que implica la democràcia liberal.

Una de les dificultats de l'anàlisi que realitzem en aquesta recerca és que la comunicació política i els espots electorals, com a tals, són lliures de vincles amb qualsevol tipus de règim i sistema polític; és a dir, els anuncis audiovisuals polítics i la mateixa comunicació política a través d'altres tècniques són presents també en sistemes autocràtics o dictatorials amb manca de llibertats. No existeix, per tant, un lligam ontològic entre aquests productes i el sistema democràtic, tot i que sí que es podrien investigar en un altra recerca científica les diferències o similituds que presenten els espots en el pla del llenguatge audiovisual i del contingut semàntic segons hagin estat produïts i emesos en un context polític democràtic o en un context de privació de drets i llibertats bàsiques.

Les teories seleccionades, no obstant això, poden aplicar-se amb matisos als diferents contextos polítics²³. És per això, que les teories de referència són generals i amb èmfasi en els processos més que no pas en la natura o el règim contextual. La recerca que presentem, però, se centra en els règims democràtics, en la democràcia. La selecció, com ja s'ha explicat anteriorment, és únicament per la necessitat de restringir la dimensió de l'estudi i per aprofitar la gran abundància de teories i aportacions sobre la comunicació política en democràcia. La selecció del sistema democràtic com a context no respon per tant a una identificació tipològica prèvia entre imatge i música o del tipus musical; és simplement un factor d'acotació de la tasca investigadora.

²³ La majoria de les teories s'apliquen a contextos autocràtics per eliminació o per negació dels continguts i idees que expressen. Per exemple: Dahl planteja uns requisits necessaris per definir un règim com a democràtic; en establir uns mínims, també està definint, per oposició, els aspectes que no tindria un règim autocràtic.

2.1.1. Espai nacional de comunicació

El primer concepte que emmarca la comunicació on s'ubiquen els espots electorals és el concepte d'espai de comunicació presentat per Josep Gifreu. Aquest concepte és determinant pel desenvolupament de la present recerca ja que planteja una primera limitació teòrica de les comunitats culturals i comunicatives i, per tant, identifica les diferents interpretacions (conjunt de connotacions culturals) que pot rebre la música i el silenci segons el context social on s'emet el producte audiovisual. L'espai de comunicació delimita els drets respecte la cultura i identifica diferents models i actituds respecte de la llengua. Quan a l'anàlisi semiòtica, és rellevant per copsar plenament el significat i la rellevància d'un missatge, ja que per interpretar-lo necessitem un marc cultural i comunicatiu de referència²⁴. Tanmateix, cal apuntar que la delimitació sociocultural que presenta Gifreu no és del tot coincident amb els públics particulars i que, per tant, dins d'una mateixa comunitat cultural poden existir diferents interpretacions o tipologies de públics.

Gifreu, però, vincula directament i indestriable l'espai de comunicació i l'espai cultural, és a dir, la comunicació i la cultura, amb una representació especial de la llengua²⁵. Per a Gifreu, la cultura i la llengua són els elements més representatius de la identitat nacional, però necessiten el canal de la comunicació per fer-se visibles i obtenir un reconeixement intern i extern²⁶. De la mateixa manera, la comunicació requereix una marca pròpia, la cultura i la llengua, per tal de diferenciar-se d'altres entorns²⁷ i assegurar-se un nínxol – polític i de mercat– en un context global necessita cobrir-se amb aquests representants de la identitat cultural. La identitat nacional, desvestint-la de

²⁴ Com a exemple, podem esmentar que tenen significats un espot amb *La Marseillaise* emès a Catalunya o emès a França. Fins i tot, poden tenir intencions i connotacions diferents si s'emet –s'entén també que es produeix al mateix lloc– a París o bé a Perpinyà.

²⁵ GIFREU: 1991, p.26.

²⁶ Per a Gifreu, "l'afirmació d'una identitat és un acte de comunicació fundacional per a la col·lectivitat" ja que aquesta "s'expressa i expressa la seva voluntat de futur compartit, notifica als altres grups la determinació presa, i informa sobre allò que constitueix el seu projecte de futur" (GIFREU: 1989, p.13).

²⁷ Gifreu diu que "la condició per poder optar a un lloc de reconeixement de la identitat nacional diferenciada en el concert europeu és la de constituir efectivament un espai cultural capaç de ser reconegut com a tal" i afegeix en aquest sentit que "la necessitat de la constitució 'interior' d'un espai català de comunicació, com a garantia d'èxit i com a procediment central en la construcció d'un espai cultural català" (GIFREU: 1991, p.26).

connotacions polítiques, implica compartir una sèrie de valors, costums i percepcions culturals que inevitablement influiran en la nostra percepció i interpretació de la música i dels espots en el seu conjunt (aquest seria un concepte paral·lel i complementari, molt més global, a les comunitats musicals de Serafine).

Per a Gifreu, l'espai català de comunicació, per exemple, són tots aquells fluxos comunicatius –canals, missatges, productes, però també accions, gestions i actuacions que les fomenten i produeixen– que contenen i es diferencien per la ‘marca catalana’, és a dir, per la cultura i principalment per la llengua catalana. Així, l'espai català de comunicació conté productes materials però també informació, estructures i acció política. El mateix Gifreu ho defineix de la manera següent:

“A títol operatiu, entenem per ‘espai català’ el conjunt dels territoris i comunitats delimitats tradicionalment pel domini català; i per ‘espai català de comunicació’, el projecte d’aconseguir articular, a través de diversos mecanismes i actuacions de caire polític, econòmic i cultural, una capacitat efectiva de control sobre l’estructuració i el funcionament del sistema general de la comunicació social present en el domini lingüístic del català”

GIFREU: 1991, p.28

D’aquesta definició s’extreu que la concepció de l’espai català de comunicació es troba intrínsecament relacionada amb la identitat nacional catalana²⁸ i, en segon lloc, es troba delimitada, segons l’acotació del seu autor, pels territoris on es parla la llengua catalana. El cas català, però, n’és tan sols un exemple, evidentment, i la teoria de Gifreu pot fer-se extensiva a qualsevol cultura, nació o estat. Aquesta dualitat, entre nació i estat provocarà inevitablement espais sobreposats on existeixi una certa connivència o fricció comunicativa per aquesta coexistència de dos espais nacionals de comunicació. Aquesta tensió també és un aspecte a tenir en compte a l’hora d’analitzar els productes audiovisuals ja que la dualitat nacional també representa un referent i un camp creador de simbolismes molt important.

²⁸ L’autor també fa referència a l’espai català de comunicació com a “espai nacional de comunicació” (GIFREU: 2006, p.52).

Per tant, per a una anàlisi precisa i no errònia dels productes de persuasió política, com ara els espots, cal atendre l'existència (o bé la reivindicació) dels espais de comunicació nacional, ja que aquests poden atorgar significacions molt diferents a una música o a un silenci audiovisual²⁹. Malgrat que la nostra anàlisi se centra en els codis i l'arquitectura intrínseca del missatge no verbal polític persuasiu (música i silenci), aquesta referència externa i contextual és del tot rellevant a l'hora d'establir la singularitat, importància o motivació de qualsevol dels codis audiovisuals i la seva combinació, sobretot atenent la seva connotació cultural.

Tanmateix, si entenem l'espai de comunicació com una xarxa de productes comunicatius, però també de canals i fluxos, la restricció de l'espai de comunicació a la cultura i llengua catalana que realitza Gifreu se centra tan sols en el camp de la producció o l'origen de les accions, però no pas en la seva distribució³⁰. És a dir, la catalanitat no s'atribueix per la localització del producte o per la xarxa per on circula, sinó per les característiques simbòliques del seu contingut i producció³¹. Implícitament Gifreu empra una concepció territorialitzada dels fluxos ja que accepta qualsevol que actuï en el domini lingüístic del català. L'autor, en canvi, planteja una concepció molt més restrictiva respecte dels continguts (producció/ missatge), els quals concep únicament en la llengua i cultura catalanes.

Aquest darrer punt de vista planteja la idea de l'espai de comunicació com un espai obert, de territorialitat oberta, ja que de fet, del que es parla és de tenir un 'accés' com a cultura i identitat al conjunt de xarxes comunicatives mundials³². En aquest sentit, els canals propis –com TV3– tenen una doble funció: la cohesió interna, però, sobretot, el foment de la producció autòctona per eixamplar la presència externa. Aquest model, però, ofereix una identitat

²⁹ No representa el mateix, semànticament, l'himne de l'Estat espanyol en el context de l'espai de comunicació català o en el context de l'espai de comunicació espanyol (també amb els matisos que pugui aportar l'actor emissor). De la mateixa manera, no és el mateix un silenci d'un líder independentista, o bé després dels Segadors en els dos contextos anteriors.

³⁰ Ben al contrari, Gifreu anima a realitzar "un impuls continuat i sistemàtic" per emetre i adreçar a la xarxa com més continguts amb la marca catalana millor (GIFREU: 2006, p.125).

³¹ GIFREU: 2006, p.96.

³² GIFREU: 2006, p.143.

podríem dir que tancada, restringida culturalment, o, amb paraules més precises, centrada en la realitat social dels territoris històrics de parla catalana.

De la teoria exposada, útil per a la nostra anàlisi semiòtica, sorgeix una indefinició. Gifreu identifica espai de comunicació i espai cultural i eleva aquest darrer, en alguns casos a espai 'nacional' de comunicació. Evidentment, aquesta distinció té a veure amb l'assumpció d'una comunitat cultural també com a nació o no, debat de teoria política en el qual no entrarem. Però sí que provoca la indefinició de saber en quins casos podem considerar l'existència d'un espai de comunicació i en quins altres no. Per exemple, poden els immigrants equatorians residents a Catalunya reivindicar aquest model teòric de l'espai de comunicació 'equatorià' al Principat? Disposa també Extremadura d'un espai de comunicació propi? Són qüestions que s'han de resoldre, al menys en aquesta recerca, atenent la rellevància i el grau d'incidència de l'especificitat de cada comunitat, de la particularitat cultural de cada territori o grup, dins del conjunt de productes comunicatius en aquell àmbit territorial i comunicatiu³³. L'assignació d'un espai de comunicació propi vindrà donada per la diferenciació dels seus productes –una especificitat– respecte dels productes audiovisuals del seu entorn més immediat i per l'hegemonia d'aquests productes dins d'un àmbit més o menys determinat i definit.

Gifreu, en relació a la nacionalització d'un espai de comunicació, observa cinc elements indispensables per entendre l'existència d'un espai nacional de comunicació: 1) l'existència d'una comunitat lingüística, amb una llengua viva i històricament territorialitzada³⁴; 2) l'existència d'una comunitat de cultura, amb referents patrimonials i simbòlics compartits i reconeguts com a propis; 3) l'existència d'institucions polítiques representatives o la voluntat de tenir-ne; 4) l'existència d'institucions comunicatives en la llengua pròpia que abastin el

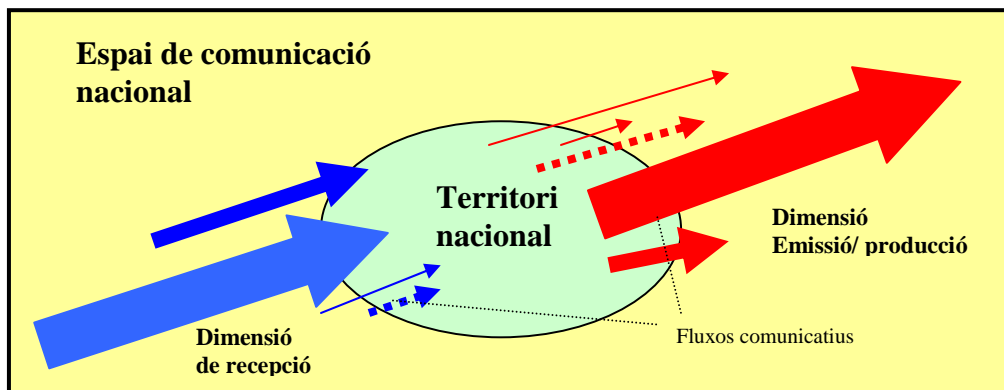
³³ No podem oblidar que, si acceptem les teories del multiculturalisme, qualsevol espai comunitari o societat és avui en dia plural i divers, culturalment parlant.

³⁴ Únicament aquest punt ja descartaria la diferenciació dels espais de comunicació proposats anteriorment com a exemples. El cas extremeny, per manca de llengua diferenciada; el cas equatorià, per manca d'un arrelament històric i potser per una manca de territorialització (comunitat dispersa i inconnexa).

territori de la comunitat o voluntat de tenir-ne; 5) l'autoconstitució a partir de l'exercici de l'autodeterminació³⁵. Amb aquestes directrius, l'enfocament de Gifreu pren un to més territorial, ja que el mateix autor considera que l'autodeterminació és el factor més decisiu. I en un marc més proper a la construcció nacional –sempre vinculada a un territori– Gifreu planteja un hipotètic dret relacionat amb l'espai de comunicació que permetria “controlar la circulació de fluxos de comunicació i d'informació sobre el territori propi, especialment amb relació a l'ús de la llengua o altres trets culturals considerats constituents de la identitat col·lectiva” (GIFREU: 2006, p.55).

L'espai de comunicació, doncs, pren dues dimensions bàsiques: la dimensió d'*emissió / producció* i la dimensió de *recepció*. Ambdues estan condicionades per l'adscripció analítica a una unitat territorial, tot i que la dimensió d'emissió / producció, amb un èmfasi en la distribució exterior, pot superar (i de fet, aquest n'és l'objectiu) el territori i la cultura d'origen.

Gràfic 2.1. Les dues dimensions de l'espai de comunicació



Novament, diferenciar aquestes dues direccions o dimensions en relació al grup cultural pot ser útil i pot permetre una anàlisi audiovisual més precisa. Un missatge electoral pren un caràcter diferent –també les seves músiques i silencis– si és produït a l'exterior d'una nació i introduït en aquesta o bé si té una vocació de ser exportat o traslladat des del si d'una cultura cap a una altra d'exterior. Aquestes dimensions enriqueixen les variables analítiques ja que

³⁵ GIFREU: 2006, p.55.

permeten pensar missatges endògens o espots pensats per actuar íntegrament en un espai comunicatiu, sense transgredir-lo; o espots produïts i emesos dins d'aquest espai però que fan referència a una realitat externa a la comunitat cultural³⁶.

En resum, el concepte d'espai de comunicació ens ubica en un conjunt contextual de referents simbòlics i culturals que permeten una anàlisi semiòtica més acurada. L'espai de comunicació ens permet diferenciar l'origen i la direcció dels missatges i vincular aquesta dimensió amb el seu contingut. Les dificultats de la teoria, però, són discriminar a quines cultures o comunitats se'ls pot assignar aquest model i determinar fins a quin punt el missatge i específicament la música i el silenci han estat condicionats en el seu estil o ubicació narrativa pels trets diferencials d'aquest espai de comunicació. També cal considerar la no-coincidència entre diferents interpretacions (públics particulars) i la comunitat cultural, és a dir, deixar la porta oberta a l'existència d'una pluralitat interpretativa dins d'un marc sociocultural.

2.1.2. La *poliarquia* i els requisits de la democràcia

Robert A. Dahl entén les democràcies liberals com sistemes en els quals existeixen molts centres de poder sense que cap d'ells sigui del tot sobirà. Segons Dahl, qui es refereix a la democràcia com a *poliarquia*, aquest repartiment de la sobirania permet un millor control del poder, la solució dels conflictes a través de la negociació d'interessos i de la via jurídica, i l'establiment d'un rol permanent de les minories en els processos de decisió³⁷.

L'aportació de Dahl que ens interessa són els requisits que planteja per a qualsevol funcionament democràtic, requisits entre els quals la comunicació i

³⁶ Per exemple, els espots dels partits catalans a les Eleccions Generals del Congrés dels Diputats espanyol. Com a ús de la música dins d'aquesta modalitat, en destaca l'anunci d'Esquerra Republicana de Catalunya el 2003 on una primera part identifica l'espanyolitat, l'espai espanyol, amb la música del *NO-DO* i la seva imatge estilística. La música no pretén crear una identificació sinó un rebuig; d'entrada crea una diferenciació i alhora matisa i atorga unes connotacions qualificatives a l'espanyolitat.

³⁷ REQUEJO: 1990, p.109-110.

els drets i les llibertats relacionades amb la comunicació són un aspecte fonamental. La vinculació amb la nostra recerca és tan sols contextual i ens ha de fer valorar que qualsevol missatge o espot electoral que analitzem en un context democràtic ha satisfet i permet satisfer a d'altres col·lectius opositors aquests drets i llibertats comunicatives. És important tenir en compte en l'anàlisi semàntica que qualsevol expressió ha de tenir un respecte pels altres drets i que, al mateix temps, existirà el dret i la possibilitat de ser contestada i rebatuda.

Per a Dahl, el govern democràtic es caracteritza, bàsicament, “per la seva contínua aptitud per a respondre a les preferències dels seus ciutadans, sense establir diferències polítiques entre ells” (DAHL: 1989, p.13). L'autor pren la democràcia atenent l'acció del govern i l'eficiència de la resposta a les peticions ciutadanes, més que contemplant la participació dels ciutadans en la presa de decisions governamentals. Així, Dahl entén que per tal que un sistema sigui democràtic, tots els ciutadans han de tenir igualtat d'oportunitats per a) formular les seves preferències; b) manifestar públicament aquestes preferències entre els seus partidaris i davant del govern, individualment i col·lectiva; i c) rebre igualtat de tracte per part del govern, és a dir, no rebre discriminació pel contingut o per l'origen de les preferències³⁸.

Aquestes tres condicions que planteja Dahl, es transformen en vuit drets, llibertats i requeriments que l'autor anomena 'garanties'. Aquestes són la llibertat d'associació, la llibertat d'expressió, la llibertat de vot, la llibertat de competició pel vot, la diversitat de fonts d'informació, la igualtat en l'elegibilitat per a la cosa pública, l'existència d'eleccions lliures i imparcials i l'existència d'institucions que garanteixin la dependència del govern de les eleccions i preferències dels ciutadans, és a dir, una limitació de poders (DAHL: 1989, p.15).

³⁸ DAHL: 1989, p.14.

Encara que molt centrats en el procés electoral, Dahl assegura que aquests vuit punts esdevenen indicadors que serveixen per avaluar el grau de democratització dels règims polítics³⁹.

Taula 2.2. Drets i llibertats que Dahl proposa com a requisits de la democràcia

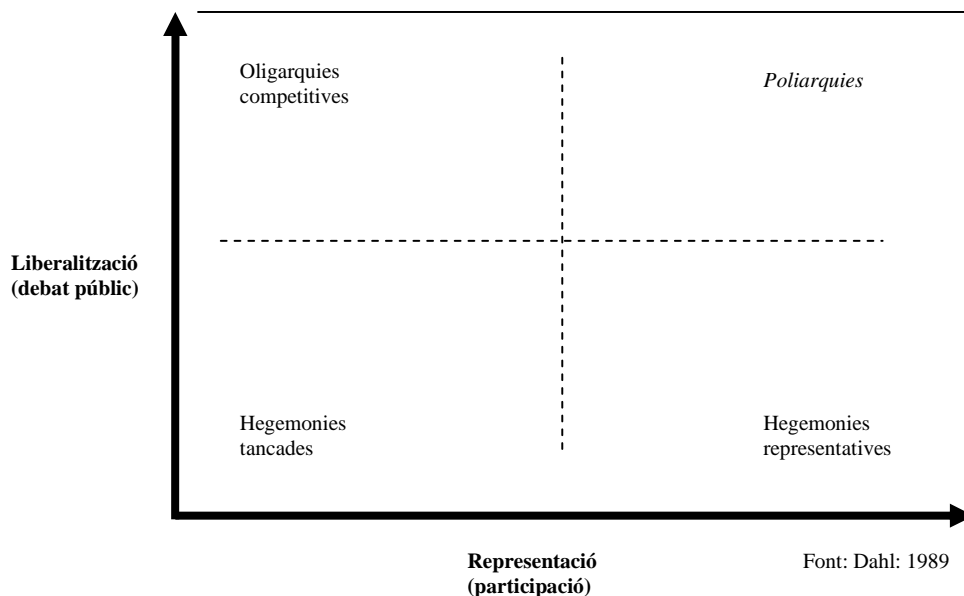
Per tenir l'oportunitat de:	Es requereixen les garanties institucionals següents:
I. Formular les preferències	1. Llibertat d'associació 2. Llibertat d'expressió 3. Llibertat de vot 4. Llibertat per tal que els líders polítics competeixin a la recerca de suport 5. Diversitat de fonts d'informació
II. Manifestar les preferències	1. Llibertat d'associació 2. Llibertat d'expressió 3. Llibertat de vot 4. Elegibilitat per a la cosa pública 5. Llibertat per tal que els líders polítics competeixin a la recerca de suport 6. Diversitat de fonts d'informació 7. Eleccions lliures i imparcials
III. Rebre igual tracte per part del govern en la ponderació de les preferències	1. Llibertat d'associació 2. Llibertat d'expressió 3. Llibertat de vot 4. Elegibilitat per a la cosa pública 5. Llibertat per tal que els líders polítics competeixin a la recerca de suport 5a. Dret dels líders polítics a lluitar pels vots 6. Diversitat de fonts d'informació 7. Eleccions lliures i imparcials 8. Institucions que garanteixin que la política del govern depengui dels vots i altres formes d'expressar les preferències

Font: DAHL: 1989

³⁹ DAHL: 1989, p.14.

Seguint aquesta escala, per tant, Dahl planteja quatre models de règims basant l'avaluació democràtica en les dimensions del debat públic i del dret a participar⁴⁰. L'*hegemonia tancada* no respecta cap de les dues dimensions, amb absència de debat públic i de dret a participar. Dahl situa la democràcia a l'extrem contrari, en un quadrant amb plena participació i ple debat públic; però en entendre que la democràcia conté altres dimensions, l'autor anomena els règims que satisfan aquestes dimensions com a *poliarquies*⁴¹. La *poliarquia*, sense ser-ho, és el més proper actualment, segons Dahl, a un sistema plenament democràtic. Amb aquestes pautes, una *oligarquia competitiva* és un règim amb ple debat públic però sense cap mena de participació popular i, per altra banda, una *hegemonia comprensiva* ofereix plena participació però sense el dret al debat públic (DAHL: 1989, p.17-18).

Gràfic 2.2. Esquema dels sistemes, segons Dahl, atenent el grau de participació i debat públic



⁴⁰ Que l'autor entén com a principals dimensions de la democratització (DAHL: 1989, p.16).

⁴¹ Per a Dahl, les *poliarquies* són "sistemes substancialment liberalitzats i popularitzats, és a dir, molt representatius al mateix temps que francament oberts al debat" (DAHL: 1989, p.18).

La divisió en les dimensions de debat públic i participació afecten plenament el context polític i social dels espots electorals. Un missatge es veu totalment alterat si el seu emissor –partit, coalició, formació... – disposa del dret de participació (és a dir, de ser-hi, d’emetre), però no del dret de debat públic (censura o restricció del contingut). A la inversa també: Quin missatge rebrem en un espot electoral l’emissor del qual pot debatre però no disposa del dret de participar-hi? Què implicaria, espots il·legals o alegal? Canals de difusió alternatius?

De la mateixa manera, fer una ubicació del sistema on s’emeten i es produeixen els espots segons les pautes proposades per Dahl facilitarà entendre alguns codis audiovisuals i els seus significats i connotacions. En principi hem optat per la democràcia com a marc polític (la poliarquia, segons Dahl). Però cal recordar que entre els politicòlegs encara no hi ha un consens sobre quins sistemes es poden considerar del tot democràcies, i quins són els requisits indispensables per a una democràcia⁴². Amb aquest debat sobre què és democràcia i què no, encara vigent, la nostra ubicació queda més ambigua i desdibuixada i es podria estendre en alguns casos cap a les zones properes en el gràfic de Dahl: hegemònies representatives i oligarquies competitives. Com que la frontera no és clara, alguns espots emesos en hegemònies representatives i oligarquies competitives podrien rebre per part nostra la consideració de productes produïts en un espai més o menys democràtic.

En un pla més de la teoria política, Dahl ha rebut crítiques als seus plantejaments, des de la seva base metodològica empírica fins als conceptes proposats. Els principals retrets a les teories de Dahl són que margina als sectors més pobres de la població, els quals es poden veure exclosos d’aquest procés participatiu per motius socioeconòmics, i que, malgrat criticar el sistema polític democràtic no aporta cap idea o teoria per millorar-lo, basant-se en els seus propis valors (REQUEJO: 1990, p.110).

⁴² La manca de consens posa en dubte, segons alguns teòrics, fins i tot el caire democràtic de sistemes com els d’Espanya o el dels Estats Units, per exemple.

Tot i així, alguns autors han seguit la pauta de Dahl, entre ells Giovanni Sartori. Sartori entén la democràcia liberal com “una *poliarquia selectiva* de minories escollides competitivament mitjançant la concurrència en un mercat electoral que atribueix poder al poble, responsabilitza els líders respecte dels liderats, i impedeix que ningú es pugui atorgar un poder incondicional i il·limitat, ni es pugui convertir a si mateix en aquest poder”⁴³. Sartori s’oposa plenament a l’autocràcia, al poder personalitzat, amb la seva concepció democràtica. Alhora, però, l’autor emfatitza la necessitat d’unes elits de ‘qualitat’ i denuncia el perill de la participació de les masses, rebutjant així un model preliberal de democràcia, semblant a la democràcia antiga. El model de Sartori és la referència emprada en parlar de democràcia liberal (REQUEJO: 1990, p.111).

Sintetitzant, la proposta bidimensional de Dahl ens ajuda a atendre millor la natura i les limitacions de producció i de continguts que puguin tenir els espots electorals. Al mateix temps, les vuit garanties establertes per l’autor per a certificar un procés com a democràtic ens ajuden a valorar el respecte, la capacitat d’incidència en l’opinió pública i la llibertat de resposta que poden generar els continguts audiovisuals de l’espot.

2.1.3. Teoria sistèmica de David Easton

Un altre enfocament teòric és el plantejat per la teoria sistèmica de David Easton, continuadora del funcionalisme sociològic. Easton entén el món polític com un sistema compost per tres parts ben definides i interrelacionades. Aquestes parts estan en contacte amb el medi en el qual s’inscriu, és a dir, la societat. La teoria d’Easton té com a element clau la retroalimentació del medi, ja que l’objectiu del sistema democràtic, com també deia Dahl, és proporcionar resposta a qualsevol demanda de la societat. La retroalimentació és al mateix temps un mecanisme corrector de la resposta institucional.

⁴³ REQUEJO: 1990, p.110.

En el seu llibre *A Systems Analysis of Political Life*⁴⁴, Easton destaca amb la seva perspectiva “la complexitat de les relacions polítiques i socials de les societats industrialitzades plurals, a més a més de considerar, de la mateixa manera que feien les perspectives econòmiques de la democràcia, l’eficàcia, l’eficiència, i l’estabilitat com a valors que han de ser protegits al costat de la llibertat, la participació o el pluralisme polític” (REQUEJO: 1990, p.114). Easton pretén emmarcar en un model de funcionament els “processos vitals” que constitueixen els sistemes polítics com a tal, però sense centrar-se en les característiques d’un tipus determinat o un altre. Easton, per tant, vol identificar la ruta o els processos bàsics del funcionament polític com a sistema⁴⁵.

Easton adopta el sistema com unitat principal d’anàlisi de la conducta política⁴⁶. L’autor creu que aquesta unitat, el sistema, és útil perquè enfoca la “vida política com a sistema de conducta que opera a l’interior del seu ambient social i hi respon, en fer assignacions obligatòries de valors” (EASTON: 1969, p.44). Easton visualitza el sistema, doncs, com uns fluxos d’informació que connecten les institucions polítiques –i altres components de la vida política– amb l’entorn social (medi), les demandes que aquest genera i les respostes que produeix en l’àmbit polític.

L’autor, doncs, se centra més en els processos que no pas en els actors que hi intervenen. Per a Easton, la vida política és “un conjunt delimitat d’interaccions, enclavat en altres sistemes socials i envoltat per ells, i a la influència dels quals està constantment exposat” (EASTON: 1969, p.48)⁴⁷. En

⁴⁴ EASTON, D.: *A Systems Analysis of Political Life*. Wiley (Nova York): 1965.

⁴⁵ EASTON, David: *Esquema para el análisis político*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1969, p.10.

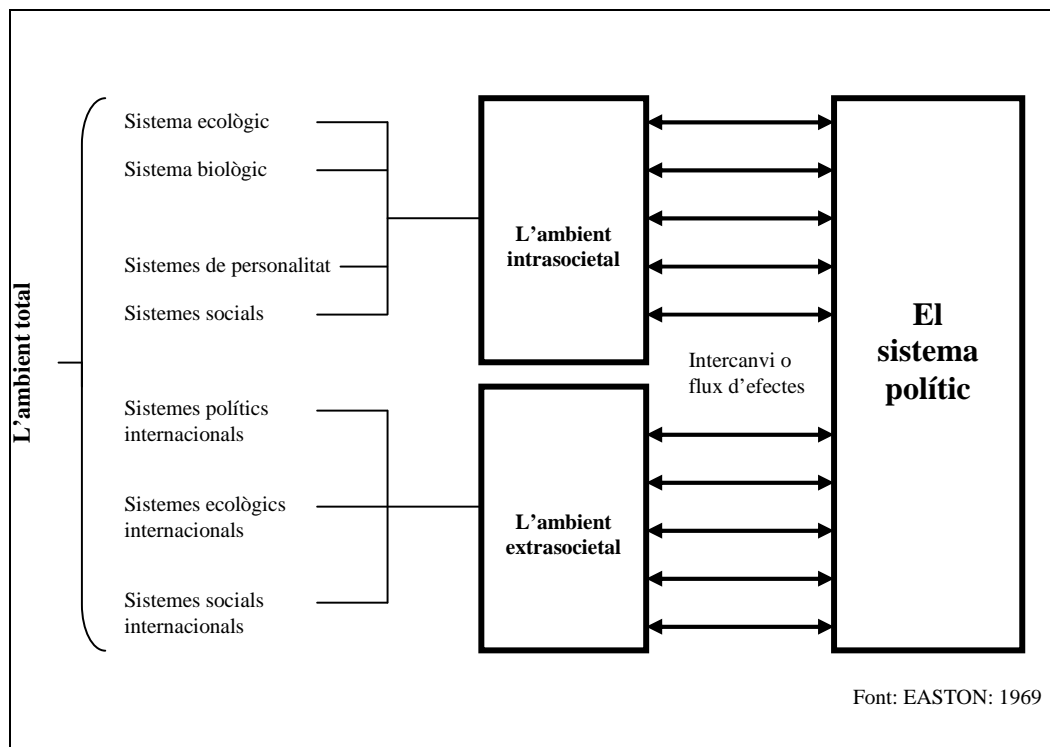
⁴⁶ Easton destaca el protagonisme i la popularitat del concepte de ‘sistema’, als anys seixanta, i posa com a exemple la seva extensió fins i tot a disciplines artístiques. Llavors, l’autor cita directament l’obra de Leonard Meyer també present a la nostra bibliografia, *Emotion and Meaning in Music* (EASTON: 1969, p.47).

⁴⁷ Easton també defensa que “un sistema polític no és una constel·lació d’éssers humans escollida per a la nostra investigació sinó un conjunt d’interaccions aïllat d’altres tipus d’interaccions en què intervingui l’ésser humà (EASTON: 1969, p.63). Des de la perspectiva funcionalista, Easton assumeix que la societat és un “suprasistema” de tot el que abraça, amb multitud d’interaccions no organitzades conceptualment (EASTON: 1969, p.66).

canvi, el sistema polític, segons l'autor, és “el sistema de conducta més inclusiu d’una societat per a l’assignació autoritària de valors”⁴⁸.

Easton defineix quatre conceptes vitals i constituents per a la seva teoria: sistema, ambient, retroalimentació i resposta. L'autor distingeix dos accepcions per al terme *sistema* en el marc de la seva investigació: a) la conducta empírica que s’observa i es caracteritza com a vida política; o, b) la sèrie de símbols mitjançant els quals intentem identificar, descriure, delimitar i explicar la conducta del sistema empíric (en aquest segon cas, el terme *sistema* s’aplica a un conjunt d’idees o teories) (EASTON: 1969, p.50). Easton concep principalment el ‘sistema’ com una unitat detectada o construïda mentalment i que incorpora les pautes de conducta interrelacionades, interdependents en un cert grau, rellevants i amb la insinuació d’un destí comú⁴⁹. Les interaccions, són, doncs, la unitat bàsica d’anàlisi.

Gràfic 2.3. Intercanvis entre el sistema polític i l’ambient total



⁴⁸ EASTON: 1969, p.88.

⁴⁹ L'autor anomena aquesta tipologia de sistemes 'sistemes constructius' (EASTON: 1969, p.55-56).

El concepte d'ambient es refereix a tot el que s'esdevé fora del sistema polític. En aquest sentit, Easton recorda que “existeixen coses fora d'un sistema” i que “hi ha límits de certa espècie que marquen el llindar d'un sistema polític amb tot allò que no pertanyi a ell” (EASTON: 1969, p.91). Els límits seran producte d'una selecció analítica. El concepte de límit sistèmic, o del sistema, és un concepte determinant analíticament ja que indicarà si estem en un sistema tancat o en un sistema obert, i ajudarà a entendre i apreciar les variables dependents d'una investigació⁵⁰. L'ambient, per tant, inclou les variables independents o paràmetres del sistema, és a dir, aquells valors que es consideren com a donats (EASTON: 1969, p.100).

L'autor entén que les ‘pertorbacions’ són qualsevol fet o succés d'un sistema o el seu ambient que poden produir o han produït o canvi en el seu funcionament, novament amb èmfasi en el procés en si (EASTON: 1969, p.131). Easton concep el sistema polític com una capsa que rep suport i demandes i genera respostes en forma de decisions i accions. L'entrada (o entrada de béns) representa la gran varietat de fets i circumstàncies de l'ambient que concerneixen a la persistència d'un sistema polític⁵¹. El sistema transforma les entrades en productes que tornen a l'ambient afectant el seu comportament (retroalimentació). Els productes, però, són únicament aquelles respostes del sistema que es poden considerar assignacions autoritàries de valors o decisions obligatòries, i les accions que les implementen o s'hi relacionen (EASTON: 1969, p.174).

La informació sobre l'estat del sistema provoca respostes i retroalimentació. Mitjançant aquestes dues accions el sistema pot satisfer les demandes de l'ambient, o bé regular les possibles tensions modificant o contenint la seva pròpia conducta⁵².

Una de les crítiques més importants que ha rebut aquesta teoria és que planteja les situacions socials en funcions d'equilibris –engranatges d'un sistema–, però

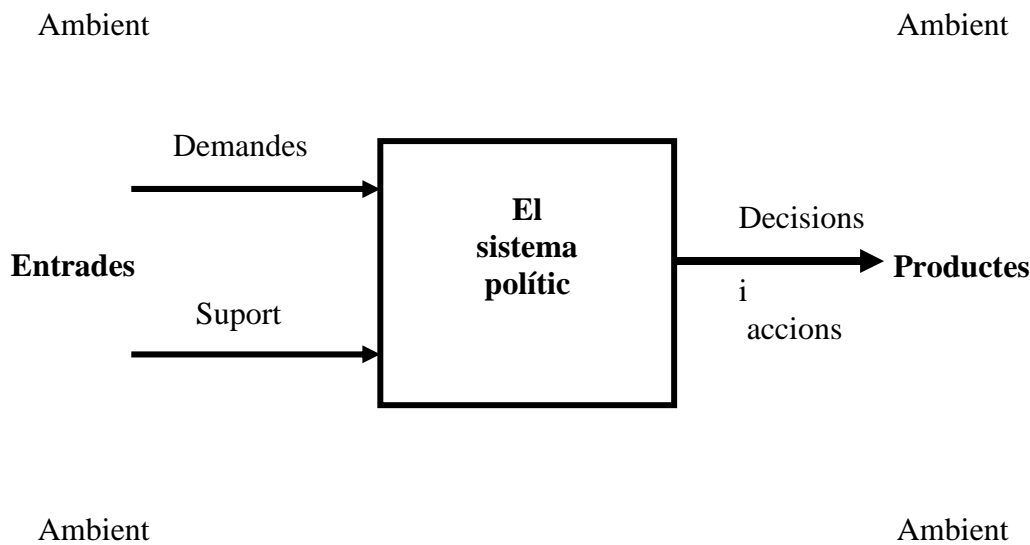
⁵⁰ EASTON: 1969, p.93-96.

⁵¹ EASTON: 1969, p.157.

⁵² EASTON: 1969, p.176.

no qüestiona les bases organitzatives del sistema, per millorar-lo; i, per altra banda, realitza una distinció polèmica entre medi i sistema polític (on s'encabirien els ciutadans?)⁵³.

Gràfic 2.4. Model simplificat del sistema polític segons David Easton



Font: EASTON: 1969

La visió sistèmica d'Easton i la seva fixació en els processos i especialment en les interaccions ens ajuda a emmarcar d'una manera més precisa, en el context polític, l'aparició o el procés de les eleccions i, més concretament, dels espots electorals. El moment –allò anomenat context polític en llenguatge quotidià– en què facin presència aquestes eines de comunicació política, com són els espots, respondrà sens dubte a les entrades o pertorbacions que hagin provocat la reacció del sistema polític. Caldrà veure quins productes paral·lels s'han posat en marxa i quins efectes de retroalimentació generen aquestes produccions audiovisuals. La teoria d'Easton ens ajuda a valorar el quan, és a dir, el moment, encabint els espots i els seus missatges com una resposta

⁵³ REQUEJO: 1990, p.114.

sistèmica que busca una reacció. Alhora, aquesta visió de conjunt ens facilita l'ancoratge dels referents sociopolítics de la nostra anàlisi semiòtica.

2.1.4. Pluralisme de valors

Aquesta teoria, plantejada inicialment per Isaiah Berlin, postula que els valors –i les prioritats o judicis que se'n despendran– inclouen inevitablement un component local o cultural, rebutjant per tant la uniformitat i homogeneïtat dels valors com a ens indiscutiblement universals. La teoria del *pluralisme de valors* (*Value Pluralism*) està vinculada a una esfera moral del pluralisme i s'ha de diferenciar del terme *pluralisme* en un sentit més vinculat a les polítiques públiques o a la teoria política⁵⁴. El *pluralisme de valors* va ser formulat com una *metaètica*, és a dir, com una forma d'entendre i concebre el mateix conjunt de valors vinculats a la democràcia i al liberalisme. És un punt de vista, doncs, sobre la forma de la moralitat d'un corrent i un sistema polític, i no una crítica sobre accions o sistemes específics.

El pluralisme de valors no postula diferents punts de vista sobre un mateix valor, sinó l'existència de diferents valors. Així, segons la teoria, es creu que el valor 'llibertat', per exemple, enlloc d'entendre's com un valor monolític, únic i universal (al qual es reduirien tots els altres punts de vista sobre la llibertat), s'entén que el valor de llibertat es presenta en diferents valors; és a dir, que podem copsar diferents valors que s'anomenen llibertat i s'entenen com a tal segons el col·lectiu o cultura que els aplica⁵⁵. Així, els pluralistes clamen que en realitat existeixen diferents valors i que aquests no poden ser reduïts a un 'supervalor' universal.

Si entenem que els valors són plurals, d'alguna manera estem justificant o estem acceptant que qualsevol decisió sobre valors i moral ha de ser complexa. El pluralisme de valors opta per assumir aquesta complexitat, amb la dificultat afegida d'explicar quins valors pertanyen a cadascú. Per contra, reflecteix molt

⁵⁴ *Stanford Encyclopedia of Philosophy - SEP*: <http://plato.stanford.edu/entries/value-pluralism/>; 20 de juny de 2006.

⁵⁵ *SEP, op. cit.*

més fidelment els entramats ètics i morals de les nostres societats⁵⁶. Els pluralistes entenen la tria com un acte complex i creuen que la complexitat i el conflicte són part de la nostra experiència moral.

Ferran Requejo planteja la teoria del pluralisme de valors com a eina per teoritzar sobre l'estructura de la normativitat moral de les democràcies liberals i impulsar, sobretot, les democràcies plurinacionals, a construir legítimament “una *polity* (col·lectivitat política) per diversos *demoi*” (col·lectivitat social i cultural reconeguda políticament), és a dir, diferents subjectes de representació democràtica (REQUEJO: 2003, p.20-25). Aquesta diversificació de subjectes polítics susceptibles de tenir representació i veu facilitaria l'assumpció de les peculiaritats comunicatives de cadascú, així com les seves necessitats⁵⁷. Es podria deduir que el *pluralisme de valors* “harmonitza els projectes morals i els projectes polítics”, (REQUEJO: 2005, p.17)⁵⁸.

Aquesta pluralitat de valors hauria de conduir cap a l'assumpció que en les normes morals i en les regulacions normatives liberal-democràtiques estan presents, de fet, diferents pluralitats normatives, provinents de diferents tradicions culturals i nacionals. Al mateix temps, es pot concebre que aquestes pluralitats normalment no són completament harmonitzables en un tot coherent, és a dir, sota l'empara de principis hegemònics o universalitzadors (REQUEJO: 2003, p.45). Requejo ho sintetitza de la manera següent:

“El Pluralisme de valors és una perspectiva que:

- a) alerta sobre la natura *plural* i *agònica* de la moralitat i la política (...)
- b) destaca que els criteris legitimadors de la política no estan sempre relacionats amb una perspectiva *moral* universal i no-contextual, sinó amb una perspectiva *ètica* particular i contextual.

⁵⁶ La visió contrària correspondria als ‘monistes’, que conceben els valors des d’una extrema simplicitat: existeixen valors universals que han de servir per a tots els col·lectius i situacions. Com a crítica, es pot retreure a aquest posicionament que no és capaç de copsar la “textura real de les nostres vides ètiques” SEP, *op. cit.*

⁵⁷ Segons Requejo, en el marc de les teories liberal-democràtiques “les consideracions ‘ètiques’, de naturalesa històrica, lingüística i cultural, entre d’altres, que influeixen les identitats nacionals, normalment s’han marginat o s’han relegat a l’àmbit privat (identitats nacionals de les minories), o simplement s’han acceptat implícitament com una mena d’horitzó hermenèutic de partida de l’àmbit polític (identitats nacionals hegemòniques)” (REQUEJO: 2003, p.26).

⁵⁸ REQUEJO, Ferran: “Political Liberalism and multinacional democracies: some analytical and moral shortcomings”, A: *Multinacional Federalism and Value Pluralism*, chap.1, Londres-New Cork: Routledge, 2005, p.7-23.

- c) **il·lustra que aquests criteris legitimadors no estan basats únicament en valors –fins i tot quan incloem valors funcionals, com eficiència o estabilitat– sinó també en interessos col·lectius parcials i en identitats culturals i nacionals particulars”**

(REQUEJO: 2005, p.18)

Així, la llibertat de premsa i d'expressió, per exemple, no es poden considerar garantides amb una normativa centralista i hegemònica que ofereix tan sols oportunitats en l'àmbit estatal complet, des d'una perspectiva informativa jacobinista, o amb l'únic ús d'una llengua del ventall de llengües existents. L'estandardització dels teclats d'ordinador, eina tan necessària avui dia, reflecteix com un únic model d'alfabet, l'hegemònic, no és vàlid per a totes les necessitats comunicatives existents (alguns trobarien a faltar la ç, per exemple). Per a Requejo, les democràcies plurinacionals haurien d'incloure en la regulació pràctica dels valors abstractes “les diferents identitats col·lectives de caràcter nacional que formen la individualitat dels ciutadans d'un mateix Estat”⁵⁹. L'exemple anterior demostra, però, que això no és només necessari en la regulació de valors abstractes, sinó també en aspectes purament tècnics i formals.

Aquesta teoria ens serveix per valorar la moralitat i l'escala de valors existent en el rerefons dels missatges audiovisuals que analitzem. Primer hem de tenir en compte si aquest producte d'imatge i so ha estat regulat –afectat per unes lleis– que s'han concebut des d'una visió monista o bé pluralista. És important ja que, com ha succeït en la recent campanya de les eleccions turques, els candidats kurds del PKK tenien prohibit expressar-se en la seva llengua. L'anàlisi dels espots electorals forçadament es veurà condicionada a entendre que aquesta prohibició cohibia uns valors culturals i identitaris propis; així, el fet que els candidats s'adrecin en els espots als seus votants en turc té una altra lectura coneixent la restricció, igualment que si s'hi adrecen en kurd (violant una norma legal).

⁵⁹ REQUEJO: 2003, p.53.

Els discursos de valors pretesament i suposada universals –solidaritat, llibertat, igualtat, entre d’altres– prenen un significat molt diferent, fins i tot contrari, atenent les premisses de la teoria del pluralisme de valors. Clamar ‘igualtat’ al País Basc pren sentits molt diferents segons si ho fa un partit vinculat a una comunitat cultural minoritària o un partit que s’identifica amb una homogeneïtzació de totes les comunitats de l’estat.

El *pluralisme de valors* també influeix, per tant, en la qualificació moral tant de les músiques i silencis presents en els audiovisuals que analitzem com en la valoració dels seus efectes. Com a elements propis i integrats en un sistema cultural –també moral–, les músiques i els silencis, entenent que tenen diferents connotacions segons la comunitat que els empra i descodifica, poden generar diferents rols i funcions audiovisuals segons la concepció pluralista o monista que pugui predominar en el missatge polític a transmetre.

En resum, la ciència i la teoria política ens remetent a una visió i una anàlisi més acurada de l’entorn polític del nostre objecte d’estudi, la música i el silenci dels espots audiovisuals. Tanmateix, aquesta branca del coneixement no incideix directament en la nostra aproximació a l’objecte d’estudi (atès que tan sols l’emmarca i el contextualitza).

Les teories que hem recollit per tenir-les en consideració són: l’espai de comunicació de Josep Gifreu, que ens permet considerar un àmbit contextual cultural de qualsevol missatge; la poliarquia de Robert Dahl, que ens posa de manifest la importància de la comunicació per a la definició i la consideració d’un sistema democràtic; l’esquema polític sistèmic de David Easton, que ens incorpora el procés d’informació política i de decisió en el si d’un circuit complex de retroalimentació política; i, finalment, la teoria del pluralisme de valors, d’Isaiah Berlin i Ferran Requejo, que ens transmet que un mateix valor pot ser diferent des de perspectives culturals/nacionals variades.

2.2. Teories de la publicitat i la comunicació persuasiva

En aquest apartat dedicat a les teories de la publicitat i la comunicació persuasiva es presenten primer les definicions que emmarquen la investigació en aquest àmbit. En aquest sentit s'explica el significat dels termes *màrqueting*, *màrqueting polític*, *comunicació política*, *publicitat*, *propaganda*, *spot* i *spot electoral*, i *persuasió*. En cada apartat, s'indiquen també les diferències i similituds amb els altres conceptes. Posteriorment s'expliquen els paradigmes i teories de la publicitat i la comunicació persuasiva que emmarquen la investigació d'aquest treball. Per a aquesta finalitat contextual hem escollit la definició del paradigma de la publicitat moderna, el paradigma de la comunicació política moderna, la teoria de la Proposició Única de Venda (USP) i la teoria del *Reason-Why* o de la raó del perquè.

2.2.1. Conceptes

2.2.1.1. Màrqueting

El màrqueting, segons una definició de Joan Sabaté, és “un conjunt de tècniques que, coordinades entre si, afavoreixen la creació, la distribució i la venda dels productes de les empreses amb l'objectiu de satisfer les necessitats del consumidor i a la vegada obtenir-ne un benefici econòmic” (SABATÉ: 1997, p.14). El màrqueting és doncs una estratègia global, integral, que comprèn des dels productes, els preus, i la distribució a la comunicació⁶⁰.

El màrqueting situa el consumidor, més que no pas el producte, en el centre de tota la seva activitat. Així, es pot dir que el concepte de màrqueting té més a veure, o es basa més, en una idea general d'intercanvi –entre el consumidor, el producte i l'empresa– que no en una relació de transacció, com es concebia abans de la seva formulació⁶¹.

En aquest sentit, el màrqueting comprèn les eines i tàctiques de comunicació i, com a tècnica específica, també la publicitat.

⁶⁰ En una empresa, el màrqueting s'estructura en la política de productes, la política de preus, la política de distribució i la política de comunicació (KOTLER; LEVY: 1969, p.10).

⁶¹ KOTLER; LEVY: 1969, p. 14.

2.2.1.2. Màrqueting polític

El màrqueting polític no és sinó el mateix conjunt de tècniques de màrqueting aplicat a la finalitat d'una persuasió política. Seguint l'explicació anterior, el màrqueting polític es pot definir com “un mètode global de comunicació política, una estratègia, que comprèn el disseny, la racionalització i la transmissió de la comunicació política”⁶². El màrqueting polític, doncs, no és tant sols la difusió d'una ideologia o idea –propaganda– sinó que té a veure també amb la seva planificació i estudi, amb la seva experimentació i amb el seu plantejament d'objectius (AIRA: 2008, p.44).

Toni Aira defineix el màrqueting polític com:

“Un mètode de comunicació política integral, amb una doble dimensió, estratègica i pràctica, que comprèn l'estudi previ de l'electorat, la presentació d'un pla de comunicació coherent amb els resultats d'aquest estudi i l'aplicació sistemàtica de les tècniques i dels instruments que aporten les noves tecnologies de la comunicació, els mèdia[sic.] i molt especialment la televisió. Tot amb un objectiu per damunt de la resta: guanyar eleccions”

AIRA: 2008, p.30

El màrqueting polític es diferencia del màrqueting comercial per diverses raons. En primer lloc, el màrqueting polític tant sols promou un producte amb valor simbòlic, sense un valor pràctic o ús com poden tenir els productes comercials. En segon lloc, el paper dels mitjans de comunicació és diferent en cada cas: en el màrqueting polític s'empren espais d'informació –telenotícies, debats...– i també comercials, mentre que en el màrqueting comercial s'empren altres espais fora de la informació. Com diu Aira, “els productes comercials no es comenten a les notícies i no confronten l'escrutini periodístic al qual sí que estan sotmesos els polítics i les seves estratègies” (AIRA: 2008, p.45).

Finalment, la diferència més notable es troba en la naturalesa de la competició i de l'elecció: triar governants i escollir productes són eleccions ben diferents; per exemple, ningú no pensa a fiscalitzar un producte que no hagi funcionat, a demanar-ne explicacions, ni a mantenir-ho durant quatre anys a casa. En la

⁶² MAAREK, P. *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós, 1997. Citat per AIRA: 2008, p.24

decisió es barregen també drets democràtics fonamentals i fins i tot una concepció personal del model de societat, aspectes que en els productes comercials poden quedar molt més diluïts⁶³.

Hi ha també semblances entre els dos tipus de màrqueting: l'alta especialització que requereixen els seus professionals (han de conèixer bé el producte o servei, els adversaris, el públic i els mitjans per adreçar-s'hi); el paper clau que juga la comunicació i els mitjans de comunicació en el desenvolupament de les tàctiques de màrqueting; la voluntat d'influència en l'actitud del públic objectiu i la centralitat d'aquest en tot el procés estratègic; i, finalment, la consideració d'acció o planificació global, integrant tots els aspectes relacionats amb aquest procés.

2.2.1.3. Comunicació política

La comunicació política fa referència a tot acte comunicatiu que empra una temàtica política en el seu missatge. El concepte es basa en la utilització dels paradigmes més bàsics de la comunicació –emissor, missatge, receptor– en un àmbit temàtic polític.

Com a procés integral, el màrqueting polític planifica la comunicació política però primer, aquesta pot quedar parcialment fora de l'abast del màrqueting, en representar un concepte tan obert i estès⁶⁴; i, segon, la comunicació política pot dividir-se en elements publicitaris, de relacions públiques, periodístics o simplement institucionals. Podem entendre, doncs, la comunicació política com un concepte ample que abraça des d'un comunicat de premsa fins a un spot electoral, passant pel discurs d'un diputat al Parlament, amb diferents graus de control i incidència per part de l'estratègia global de màrqueting. També s'entreveu una dimensió interna de la comunicació política –no cal que sigui en mitjans de masses, pot ser un acte intern de l'organització– i fins i tot, fent més

⁶³ AIRA: 2008, p.43-45.

⁶⁴ ¿Fins a quin punt el pla de màrqueting controla el discurs d'un parlamentari o les declaracions espontànies d'un dirigent polític a una emissora de ràdio local?

confús el terme, diferents dimensions relacionals –interpersonal, grupal, de públics, massiva⁶⁵.

En general, però, tendim a fer una lectura més restrictiva del terme *comunicació política*, també més adient per a aquest treball, en la qual la comunicació política és el conjunt de les activitats de comunicació estudiades i planificades per l'estratègia de màrqueting. Amb aquesta definició, la comunicació política queda relegada a actes previstos i programats i, al mateix temps, aixoplugats sota una estratègia conjunta i global. Se segueixen mantenint, tanmateix, diferents tècniques de comunicació com la publicitària, la periodística i la de relacions públiques. Aquesta concepció també limita, de cara al nostre estudi, l'àmbit de la comunicació política a una dimensió pública.

22.1.4. Publicitat

La publicitat és, en paraules de Mario Herreros, “ una activitat o un sistema comunicatiu encaminat a la consecució d'uns objectius integrats en un sistema més complex format pel conjunt d'accions i tècniques utilitzades en la comercialització de productes i serveis” (HERREROS: 1995, p.9). Així, Herreros fa èmfasi en la vessant comunicativa de la publicitat i la vincula a un pla de màrqueting que la determina i la inclou.

Miguel Altarriba també presenta la publicitat com una forma de comunicació persuasiva que exerceix una acció sobre el públic amb fins comercials⁶⁶. El mateix autor defineix la publicitat com “la comunicació de productes o serveis que té per objecte, informar, persuadir i aconseguir un comportament determinat de persones que reben aquesta informació” (ALTARRIBA: 2003, p.18 i 20).

També es destaca, d'aquesta darrera definició, la necessitat de comptar amb un caràcter persuasiu –i alhora informatiu– en el missatge publicitari. La publicitat

⁶⁵ En definitiva, se segueixen les modalitats teoritzades sobre la comunicació afegint-hi tan sols la denotació de política.

⁶⁶ Etimològicament, el terme ‘publicitat’ designa l'estat de coneixement públic d'una cosa o un fet (ALTARRIBA: 2003, p.17).

és també, doncs, el conjunt de tècniques destinades a preparar els missatges comunicatius per tal que compleixin els objectius –persuasius i informatius– que se’ls ha designat⁶⁷. La publicitat, en una perspectiva més creativa, es pot concebre llavors com “una retòrica generalitzada, creativa, amb capacitat poètica, com a art d’elogi de productes⁶⁸, serveis i marques, i l’art de la persuasió” (ALTARRIBA: 2003, p. 26-27).

Herreros, per la seva banda, defineix una sèrie de trets necessaris per caracteritzar la publicitat sense els quals no podem parlar de comunicació publicitària. Aquests requisits són: *a)* el contingut del missatge publicitari es refereix exclusivament a matèries comercials; *b)* els objectius són aconseguir en els receptors unes actituds o conductes favorables als interessos comercials de l’emissor; *c)* l’emissor s’ha de trobar sempre identificat en el missatge; *d)* l’estructura del missatge s’ha de diferenciar clarament dels continguts generals del medi informatiu emprat per a la seva difusió, i *e)* l’emissor ha de comprar el temps o l’espai utilitzat als mitjans (HERREROS: 1995, p.13).

Altarriba complementa aquests requisits que proposava Herreros amb dos més, més generals: per una banda, “la utilització de mitjans massius o altres que li són propis i, per l’altra, la intencionalitat comunicativa en benefici d’un determinat producte o servei”. Segons Altarriba, aquests són els elements veritablement definidors de la publicitat actual (ALTARRIBA: 2003, p.19).

22.1.5. Propaganda

El terme *propaganda* té una connexió directa amb la distribució d’idees o ideologies⁶⁹. En aquest sentit, sovint s’ha combinat el seu ús com a sinònim d’alguns productes de comunicació política o bé de la publicitat de productes

⁶⁷ Concretament, les tècniques de redacció publicitària abordarien aquesta “interacció de les paraules i les imatges com a gènesi dels missatges que elabora” (ALTARRIBA: 2003, p.23).

⁶⁸ La publicitat, per definició, és epidíptica i elogiosa (ALTARRIBA: 2003, p.192; ALTARRIBA: 2005, p.31).

⁶⁹ Segons Altarriba, el vocable llatí *propagare* va sorgir comunicativament en “èpoques en què el predomini polític i ideològic del catolicisme se sent amenaçat pel naixement i la ràpida difusió de les idees luteranes”. El publicista entén que “el concepte de ‘propaganda’ té un vincle evident amb la divulgació d’ideologies per aconseguir adeptes o fidels” (ALTARRIBA: 2003, p.19). També a HERREROS: 1995, p.24; i a SABATÉ: 1997, p.19.

polítics (HERREROS: 1995, p.25). El nom de propaganda, però, també desprèn una connotació negativa, insinuant manipulació, atesa la natura personal i sensible del seu objecte de persuasió: les idees.

Originalment, la propaganda buscava uns objectius ben diferenciats de qualsevol altra forma de comunicació, com podrien ser, “la conversió, o l’afermament, de les persones a creences religioses o polítiques” (HERREROS: 1995, p.24). Tot i així, les formes d’expressió o les tècniques emprades per la propaganda podrien ser iguals o semblants a d’altres comunicacions. La diferència, doncs, rau en els objectes de persuasió. Encara actualment, s’entén que la propaganda pretén “persuadir el receptor dels missatges en favor dels interessos ideològics de l’emissor”⁷⁰.

Una primera diferenciació amb la comunicació política, doncs, és aquesta voluntat intrínseca de persuadir, ja que la comunicació política també pot ser merament informativa. La distinció bàsica amb la publicitat és respecte dels objectius ja esmentats: la propaganda persegueix la difusió d’una idea o d’un concepte; la publicitat, en canvi, treballa per l’increment de vendes o el posicionament d’una marca. Ambdues, però, són formes de comunicació persuasiva (ALTARRIBA: 2003, p.19).

Segons Herreros, la propaganda es defineix per les característiques següents:

- a) Es tracta d’una comunicació persuasiva al servei de principis ideològics, polítics o religiosos.
- b) Empra comunicació personal i impersonal, és a dir, cara a cara i a través de mitjans de comunicació de masses.
- c) En l’aspecte polític, la propaganda pretén la perpetuació o el canvi de les estructures socials de poder. El seu màxim objectiu és guanyar eleccions (en el cas dels règims democràtics).
- d) Vol provocar la congruència conductual de l’individu persuadit. Aquest, una vegada convençut, s’obliga a ser coherent amb les seves

⁷⁰ HERREROS: 1995, p.25.

accions i conseqüent amb les idees i creences adoptades (HERREROS: 1995, p.25-26).

Una diferència notable amb la publicitat és que les conseqüències de la persuasió publicitària, a diferència de la persuasió de la propaganda, no tenen perquè afectar la vida de l'individu –són irrellevants o intrascendents per a aquest. Això succeeix així perquè aquestes conseqüències derivades de l'acció publicitària es circumscriuen exclusivament a aspectes de consum⁷¹.

Un nou aspecte de confusió és anomenar els productes materials de difusió d'idees polítiques com a 'propaganda'. Així, alguns autors anomenen propaganda política els espots electorals (AIRA: 2008, p.171).

2.2.1.6. Espot i espot electoral

L'espot és un dels formats i un dels recursos que té la publicitat, i també la comunicació política, per tal d'aconseguir els seus objectius. Les característiques de l'espot són: una durada relativament breu, en un mitjà de masses⁷², i amb la presentació d'un missatge multicodi audiovisual on hi podem trobar imatges fixes i en moviment, música, sorolls i efectes especials, text, veu, i elements que produeixin una sensació de silenci. L'espot empra el llenguatge del mitjà televisiu per facilitar i esprémer les tècniques publicitàries (ALTARRIBA: 2003, p.194; HERREROS: 1995, p.251). Depenent del tipus d'espot –comercial o política– aquest s'ubica en una franja o temps comercial o bé en una franja o temps dedicat a la difusió política⁷³.

Christina Holtz-Bacha i Lynda Lee Kaid defineixen els espots de comunicació política⁷⁴ com:

⁷¹ HERREROS: 1995, p.27.

⁷² La finalitat de l'espot és una difusió massiva. Tanmateix, recentment s'han investigat els *cyberspots*, espots audiovisuals pensats i produïts per a internet; aquí existeix la discussió encara oberta de si internet es pot considerar mitjà de masses o no.

⁷³ També depèn del país i de la normativa electoral i el sistema de comunicacions. A Estats Units, per exemple, els partits i candidats compren l'espai i temps televisiu com qualsevol altre anunciant (DEVLIN: 1995, p.187-188).

⁷⁴ Les autores, però, anomenen aquest producte 'anunci polític televisiu' (*Political Television Advertising*). La tria d'aquesta denominació és realitzada per incloure productes que paguen per

“Tota programació d’imatges en moviment que està designada per promoure els interessos d’un partit o un candidat determinats (...) Aquest terme inclouria qualsevol format programat sota el control del partit o el candidat corresponents i pel qual s’ha obtingut o s’ha comprat temps en un espai de comunicació de masses (o amb un públic més especialitzat⁷⁵)”

HOLTZ-BACHA; LEE: 1995, p. 2

Aquesta definició ja indica els punts destacats de l’espot: la promoció d’interessos o persuasió de l’audiència, el control per part d’una formació política, i la utilització d’un temps mediàtic (que pot ser remunerat o cedit, segons la normativa electoral vigent a cada territori) en un canal de comunicació. L’explicació també connota la suposada supremacia de les imatges per sobre dels altres codis que també integren l’espot electoral i que, tradicionalment i injusta, queden oblidats de la seva anàlisi i definició.

La televisió és el mitjà de masses dominant en els nostres temps (AIRA: 2008, p.95; SARTORI: 2003, p.27; HERREROS: 1995, p.251). També és el mitjà que rep més inversió publicitària en termes de comunicació política (HOLTZ-BACHA; LEE: 1995, p.1). És per això que els espots televisius són les principals eines tant de la publicitat com de la comunicació política. En aquest sentit, els espots comercials i els espots de propaganda política comparteixen moltes característiques com l’estil i la intencionalitat persuasiva, un format breu –normalment, 30 segons–, i una expressió senzilla del missatge (AIRA: 2008, p.182).

Un espot electoral, per tant, seria un producte audiovisual de propaganda política, emprat en una campanya de comunicació política, que està pensat per emetre’s i transmetre un missatge polític en el període que dura la campanya electoral d’uns comicis, independentment de l’òrgan o càrrecs que s’elegeixin.

l’espai mediàtic que utilitzen alhora que per incloure també altres productes que no compren l’espai mediàtic sinó que empen espais cedits de franc. Els termes *commercial* i *ad*, així com *spot*, en anglès tenen la connotació publicitària de productes que paguen l’espai de la seva emissió i, per tant, sota aquestes denominacions, sota el criteri de les autores, no es podrien incloure formats idèntics però amb una distribució no remunerada. Atès que el nostre context polític i electoral no afecta, ara per ara, aquesta distinció, mantenim la denominació d’espot polític i espot electoral.

⁷⁵ Originalment, *narrowcast* –emissió estreta, literalment– en lloc de *broadcast* –emissió ample, o de masses.

Segons Arantxa Capdevila, “els espots electorals tenen com a darrera pretensió el canvi d’opinió o la incitació a realitzar una determinada acció”. Són, per tant, elements persuasius i, tal i com ho planteja aquesta autora, això fa que “totes les seves parts s’encaminin cap a aquest objectiu final”: la persuasió (CAPDEVILA: 2002, p.248-249).

Segons Aira, els espots i altres elements de propaganda política són eines bàsiques per al màrqueting polític ja que “penetren més fàcilment en la ment dels ciutadans que no pas les que transmeten els programes informatius” (AIRA: 2008, p.173). Capdevila destaca, en aquesta mateixa línia, que els espots tenen tres avantatges bàsics: primer, són capaços d’arribar a un públic molt ampli, ja que el seu medi natural són els mitjans de comunicació de masses; segon, permeten als partits desenvolupar els seus propis temes i les seves posicions ideològiques sense la interferència de mediadors; i tercer, atorguen una destacada i important visibilitat al candidat (CAPDEVILA: 2002, p.248). Tot això és degut al fet que els espots polítics i electorals són realitzats directament pels propis partits polítics⁷⁶. Com a conseqüència d’aquesta intervenció directa dels partits en el producte audiovisual, els espots esdevenen, al mateix temps, una font d’anàlisi privilegiada per conèixer els posicionaments sociopolítics i ideològics (i també estètics i culturals) dels partits i els seus candidats. Tal i com diu Capdevila, “cada partit construeix una imatge de si mateix i de la resta de partits sense la mediació de cap interpretació” (CAPDEVILA: 2002, p.249)⁷⁷.

2.2.1.7 Persuasió

La persuasió es pot definir com l’acció i la voluntat d’assolir un objectiu mitjançant la influència dels discursos sobre la racionalització i l’afectivitat

⁷⁶ DEVLIN: 1995, p.186-187.

⁷⁷ Una futura investigació podria amidar fins a quin punt els partits mantenen el seu criteri i posicionament (ideològic i estètic –també, específicament a nivell musical) en el procés de producció dels espots i quina és la intervenció –per petita que sigui– i per tant distorsió dels professionals de la publicitat i de la producció audiovisual. En ser l’audiovisual una creació col·lectiva entenem que és inevitable una certa mediació, encara que aquesta estigui molt dirigida i conduïda dins d’uns paràmetres ben concretats; d’aquí aquesta pregunta que es podria desenvolupar en treballs posteriors.

dels altres⁷⁸. La persuasió, per tant, emprà tant apel·lacions a la part racional del receptor –arguments, lògica– com a la part emocional –recursos estètics, música⁷⁹. Una definició més acurada de la persuasió implicaria entendre-la com “un tipus especial de comunicació que es caracteritza per la intenció manifesta de la font orientada a produir alguna cosa en el receptor i a modificar la seva conducta en algun sentit” (CAPDEVILA: 2002, p.13). En aquest sentit, tant la publicitat com la comunicació política es defineixen com un tipus de comunicació persuasiva, com ja hem fet palès en els punts anteriors.

La persuasió s’ha de diferenciar, primer, de la convicció i de la manipulació, formes de comunicació que també poden ser pacífiques o emprades en un règim democràtic (encara que il·legítimament en el cas de la manipulació). I en segon lloc, cal diferenciar-la de la coacció o l’opressió, formes de relació que també aconseguen –forcen– un canvi d’actitud (obligat!) en el receptor. Per tant, tal i com ho expressa Lourdes Martín Salgado, citada per Aira, “la democràcia és un sistema polític que descansa en la comunicació persuasiva” (AIRA: 2008, p.173). O expressat amb altres paraules: un tirà no necessita persuadir perquè ja en té prou amb ordenar i atemorir. La coacció i l’opressió no passen per la raó ni per la voluntat sinó per la por –la manca d’esperança– i la submissió de la decisió⁸⁰.

Quant a la convicció i a la manipulació, la persuasió es diferencia d’aquestes en relació als àmbits o camps a què apel·la per aconseguir el canvi en el receptor i en relació amb la claredat de la seva intenció des de l’emissor, respectivament (CAPDEVILA: 2002, p.13). Així, la convicció únicament actua sobre camps generalment compartits entre l’emissor i el receptor, camps racionals. Tal i com ho expressa Altarriba, “convèncer algú equival a preveure tots els possibles contraarguments i defensar la idea que es vol, amb raons que la reforcin, amb entimemes i exemples que es tradueixen en imatges i paraules significatives” (ALTARRIBA: 2005, p.277). La convicció, com ja hem dit, es

⁷⁸ CAPDEVILA: 2002, p.12.

⁷⁹ Segons la teoria catàrtica dels pitagòrics, “la música i la poesia produeixen un xoc i un estat en el qual l’emoció i la imaginació superen la raó” (ALTARRIBA: 2005, p.22).

⁸⁰ CAPDEVILA: 2002, p.34 .

mou en un terreny lògic i racional, compartit pels éssers humans. La persuasió va més enllà i també inclou elements emotius. “Persuadir i moure a l’acció és més que convèncer”, explica Altarriba, “ja que la raó requereix sovint el complement de les emocions”⁸¹.

La persuasió, per tant, es diferencia de la convicció bàsicament en dos aspectes. Primer, en què la convicció apel·la a un coneixement compartit de caire general o universal i, per tant, emprava per convèncer el públic arguments lògics i racionals. En canvi, la persuasió es refereix a un coneixement més particularitzat o vinculat a una comunitat o grup determinat que ja comparteix, abans de l’acte de persuasió, trets socioculturals i/o emotius; aquest facilita que, a més d’arguments racionals, la persuasió pugui incloure elements emocionals. Això es troba estrictament relacionat amb el segon aspecte diferenciador i que, de fet, ja s’ha apuntat: el tipus de públic al qual es dirigeix cada tipus de comunicació. Si la convicció es dirigeix a un tipus de públic universal i general, amb un mínim coneixement comú compartit, la persuasió en canvi es dirigeix a un públic particular, amb moltes més experiències cognitives i emocionals compartides⁸².

La manipulació, per una altra banda, és, segons Aira, un robatori de la llibertat d’elecció de les persones (AIRA: 2008, p.175). La manipulació implica doncs una ocultació de les intencions; el discurs mostra un objectiu quan, en realitat i conscientment, l’emissor en vol aconseguir un altre. El receptor, llavors, no tria amb igualtat de condicions o amb justícia ja que desconeix inicialment l’objectiu real de la comunicació. En aquest sentit, la publicitat o la comunicació política són persuasives, però no manipuladores, ja que no amaguen la seva intenció original de buscar un canvi d’actitud i una reacció en el receptor⁸³.

⁸¹ ALTARRIBA: 2005, p.276.

⁸² Per això, la convicció únicament es pot basar en proposicions lògiques i racionals que qualsevol públic, sense gaire connexió ni coneixement dels interlocutors, pugui assumir i consensuar.

⁸³ Sabaté explica que “la publicitat no amaga en cap cas la seva finalitat última i els interessos concrets que la mouen: convèncer el consumidor perquè compri un determinat producte” (SABATÉ: 1997, p.61). També podem entendre que aquestes formes de comunicació són més persuasives que no pas models de convicció perquè, com explica Altarriba, Els arguments [de

Capdevila resumeix molt adequadament la relació entre persuasió, convicció i manipulació quan apunta que:

“Persuasió, convicció i manipulació comparteixen l’objectiu de produir en l’auditori canvis en el mode de pensar o d’actuar (...) Persuasió i manipulació comparteixen l’àmbit en el qual es desenvolupen –aquell en el qual no és possible arribar a acords generals– i el tipus d’auditori al qual es dirigeixen – l’auditori particular. Malgrat això, es distingeixen en què, a la manipulació, la intenció de la font no és manifesta i en què aquesta tracta d’evitar els mecanismes racionals d’interpretació ja que tan sols fixa els seus efectes en els mecanismes afectius. Per altra banda, la persuasió comparteix amb la convicció que ambdues expliciten les intencions de la font. No obstant, difereixen en què la convicció és pròpia de camps en els quals és possible arribar a acords generals i en què la convicció apel·la únicament a la raó dels éssers humans”

CAPDEVILA: 2002, p.13

Hi ha autors que es decanten per un model de comunicació persuasiva més basat en les argumentacions, el missatge, mentre que d’altres apunten també un important paper de les connotacions i dels elements més estètics i narratius del missatge. Sabaté identifica l’origen de la persuasió publicitària en la retòrica emprada pels sofistes al segle v aC i atorga la centralitat de la persuasió a l’argumentació (SABATÉ: 1997, p.61). En aquesta mateixa línia, Aira apunta que l’efecte de la persuasió es veurà realitzat per la coincidència, precisament de les argumentacions entre l’emissor i el receptor, establint-hi novament una connexió directa amb la retòrica antiga: “la retòrica ha d’identificar les estructures argumentatives activades per l’emissor i pel receptor. La persuasió tindrà lloc quan hi hagi coincidència d’ambdues” (AIRA: 2008, p.167).

Per la seva banda, Altarriba reconeix la importància del concepte⁸⁴ i l’argumentació en la campanya publicitària, així com la coincidència persuasiva entre retòrica i publicitat⁸⁵, però hi afegeix el matís de la necessitat i la complementarietat de l’àmbit no racional, fora de l’argumentació. “La publicitat no és una ciència exacta”, apunta Altarriba, “té paradoxes inexplicables perquè els mecanismes de decisió de l’ésser humà són sovint

la publicitat moderna] són deliberats sempre per fer decantar la decisió sense que calgui massa raonament o judici de valor” (ALTARRIBA: 2003, p.192). La tendència és virar més cap a l’emoció i la sensació que no pas cap al raonament.

⁸⁴ ALTARRIBA: 2005, p.162.

⁸⁵ ALTARRIBA: 2005, p.14.

emocionals. L'emoció, quan toca la fibra del cor, pot molt més que la raó" (ALTARRIBA: 2005, p.57)⁸⁶.

Respecte a la importància de les emocions en el missatge persuasiu, Pilar Medina i Miquel Rodrigo afirmen rotundament que "tota comunicació pressuposa un cert tipus d'emoció" (MEDINA; RODRIGO: 2004, p. 1). Per als autors, comunicació i emoció són inseparables, també en la comunicació publicitària. Així, Norbert Schwarz creu que els estats d'ànim i les emocions poden influir profundament en els processos cognitius del receptor, així com la interpretació o valoració d'un missatge persuasiu (SCHWARZ: 2000, p.433). I encara més, segons aquest autor, totes les decisions que es puguin prendre com a culminació d'un procés persuasiu o comunicatiu, totes, impliquen "prediccions de futurs sentiments", és a dir, que escollim ja pensant en futures emocions (SCHWARZ: 2000, p.436). Com diu Altarriba, "la raó és guiada –i es pot veure torbada– pels sentiments" (ALTARRIBA: 2005, p.123). L'autor remarca que a la recerca d'una eficàcia persuasiva, no podem renunciar ni a la part emotiva ni a la part emocional de la comunicació. Segons Altarriba, ambdues formen part del missatge publicitari i de l'objecte de la seva planificació i tècniques.

En aquest sentit d'estendre la persuasió més enllà del missatge, Capdevila explica que "en la persuasió no únicament intervenen les idees posades en joc", els arguments, sinó que també és molt important "com s'expressen aquestes idees, qui les manifesta i com s'involucra l'auditori en el discurs". Capdevila inclou, doncs, també elements contextuais de la comunicació, de relació pragmàtica amb l'entorn comunicatiu, i afirma que "pot sostenir-se que tots

⁸⁶ L'autor, però, no renuncia a l'argumentació, al contrari, simplement hi aporta altres complements: "El llenguatge de la publicitat es basa en la retòrica pràctica. Es tracta de ser efectiu i persuadir, posseir arguments i donar-los com cal" (ALTARRIBA: 2005, p.223). La clau per acostar-nos a la postura d'aquest autor estaria en entendre els elements més emotius també com a part del missatge o de l'argument: "Amb l'acció combinada de més recursos formals, paraules i imatges, efectes i música, amb tota la intencionalitat, el missatge ha adquirit molta més riquesa i una enorme càrrega emocional" (ALTARRIBA: 2005, p.242). I també, a mode de conclusió: "L'important és abordar el discurs publicitari com el que és: una unitat inseparable en què tota la forma és contingut i tot el contingut és forma" (ALTARRIBA: 2005, p.215). Aquest posicionament queda exemplificat en la famosa frase de Miguel de Unamuno, 'siente el pensamiento, piensa el sentimiento'.

aquests aspectes són persuasius i desenvolupen un rol important en el resultat final de la comunicació” (CAPDEVILA: 2002, p.224).

La persuasió passa primer per una exposició, una satisfacció i una convicció racional, emotiva o emprant ambdues vessants. Segons Altarriba, “la persuasió pot dividir-se en tres graus –mostrar, delectar i commoure– sigui pel camí intel·lectual del relat narratiu i l’argumentació concloent o pel camí emotiu de l’expressió i l’evocació que capta la simpatia i la voluntat en favor de la utilitat de la pròpia causa” (ALTARRIBA: 2005, p.47). És interessant destacar que la persuasió es realitza en un procés gradual, amb diferents estadis, com s’ha mostrat, i no de forma instantània.

La convicció, diferenciant-la de la persuasió, s’ha d’aconseguir abans. Convèncer i persuadir formarien part de l’argumentació i correspondrien, respectivament, a la filosofia i a la retòrica. Però, mentre que “la persuasió busca un resultat pràctic”, en canvi, “el convenciment, no”. És a dir, que “el convenciment no transcendeix l’esfera mental”⁸⁷.

La persuasió no depèn de la veritat. Com Chaïm Perelman afirma, la natura de l’argumentació és oposada a la necessitat d’evidència⁸⁸. El domini de l’argumentació, i per tant, de la persuasió, és el de la versemblança, el domini d’allò possible (CAPDEVILA: 2002, p.58). La persuasió, per tant, “depèn de la versemblança” (ALTARRIBA: 2003, p.242). Aquesta centralitat de la versemblança en la persuasió la vincula directament amb la retòrica clàssica replantejada per Aristòtil. Segons Aristòtil, “la retòrica no ha de treure els arguments de la veritat, sinó de la probabilitat”. L’autor definia doncs la retòrica, lligant-la amb la persuasió, “no pas com l’art de persuadir, sinó com l’art de veure els mitjans de persuasió que comporta cada matèria”

⁸⁷ ALTARRIBA: 2005, p.30.

⁸⁸ Perelman critica a Aixa l’anterior teoria vigent en el camp de l’argumentació, la teoria cartesiana. Segons Perelman, “l’errada de Descartes és creure que les coses simplement són, sense tenir en compte les seves relacions i els seus contextos” (PERELMAN: 1970, p.22-23). La principal aportació de Perelman és la “constatació que qualsevol discurs persuasiu ha de partir d’uns punts comuns compartits pels protagonistes de la comunicació” (CAPDEVILA: 2002, p.91).

(ALTARRIBA: 2005, p.19). La retòrica, per tant, busca com es pot persuadir amb cada element de què es disposa.

2.2.2. Teories i paradigmes de la publicitat i la comunicació persuasiva

2.2.2.1. Paradigma de la publicitat moderna

Amb l'adveniment del màrqueting, la publicitat inclou en el seu paradigma la centralitat del consumidor i la seva resposta. “La resposta és l'objectiu final de tot missatge publicitari”, diu Sabaté. Per aconseguir una resposta intensa, una resposta que atregui i mobilitzi activament, cal originalment una idea potent i genuïna, com expressa Altarriba. “Les respostes intenses en publicitat poden provenir de les emocions, el suspens, l'humor, la fantasia, les notícies o fins i tot l'escàndol o la provocació. S'han d'aconseguir respostes directes, amb demostracions brillants, o respostes indirectes, amb metàfores expressives” (ALTARRIBA: 2005, p.68).

La resposta s'incorpora al nou paradigma mitjançant l'element d'estímul. Si bé el consumidor ja és protagonista de la publicitat i del màrqueting des de fa unes dècades, la incorporació més nova, per mitjà de les noves tecnologies, és l'estímul. “El model tradicional en el procés de comunicació s'enriqueix amb un cinquè element: l'estímul, com a contingut creatiu de la publicitat. Per aconseguir una resposta per part del consumidor, el nou paradigma consta, consegüentment, d'emissor, receptor, mitjà, estímul i missatge”⁸⁹. Altarriba confirma que el vell paradigma comunicatiu de Lasswell (emissor, missatge i receptor) s'ha esgotat i que, en el seu lloc, ja no hi ha un emissor i un receptor, sinó dos interactants⁹⁰. Si bé la publicitat es troba actualment en una gran crisi de formats i canals, els mitjans electrònics o interactius han descobert un nou camp per recórrer a la comunicació persuasiva.

⁸⁹ ALTARRIBA: 2005, p.68.

⁹⁰ Han estat els nous mitjans de comunicació fonamentats en les noves tecnologies de la informació i la comunicació els que ha promogut i forçat la inclusió de l'estímul com a element comunicatiu ja que la seva lògica es basa en la interacció, segons comenta Altarriba.

Al mateix temps, si anteriorment, el producte i les seves característiques eren l'epicentre de la comunicació publicitària, actualment, el consumidor i la seva disposició o actitud favorable és el punt central de la publicitat. Així, doncs, la satisfacció del consumidor entra també a formar part d'aquest nou paradigma⁹¹.

Aquest nou paradigma ens acosta al plantejament que realitzem en aquest treball. En entendre la música i el silenci com un valor afectiu i significatiu, la incursió de l'estímul dins del paradigma de la comunicació ens permet apropar-nos a aquests elements que, d'altra banda, són difícils d'emmarcar en un codi plenament significatiu –signe racional– o en una tècnica narrativa –únicament estètica o formal.

Per contra, la centralitat del consumidor pot ser discutida en el tipus de producte que analitzem, els espots electorals. Aquests productes busquen potser més una mobilització massiva, per sectors de població, que no una satisfacció personal. Al mateix temps, és difícil valorar aquesta satisfacció a curt termini –la política, en si, funciona a mig o llarg termini. Al mateix temps, és difícil establir la retroalimentació d'aquesta satisfacció en els espots electorals ja que, en la propera campanya, quan es pot fer la valoració individual d'aquesta satisfacció, l'espot ja ha canviat, potser també el candidat; ¿com pot el ciutadà castigar aquell polític que no li satisfà? Evidentment, no és com un producte: no el pots fer fora de casa –s'ha aguantat tot un cicle electoral– i el càstig, com ja hem dit, no pot arribar fins d'aquí uns anys als propers comicis.

2.2.2.2. Paradigma de la comunicació política actual

Quant a la comunicació política actual, el paradigma o model referencial inclou la centralitat dels mitjans de comunicació en la comunicació de l'estratègia política, fins a tal punt, que la presència mediàtica i la forma i condicionaments del missatge en els mitjans altera i substitueix, en moltes ocasions, la tàctica ideològica o de partit (AIRA: 2008, p.11 i 85).

⁹¹ “El públic ja ni tan sols es qüestiona la publicitat, sinó simplement si el beneficia, si li ofereix quelcom. O senzillament si li agrada” (ALTARRIBA: 2005, p.151).

Al mateix temps, la comunicació política és cada vegada més professionalitzada i més dependent del màrqueting polític (tècniques d'estudi i planificació del mercat)⁹². S'assumeix, doncs, que cada vegada més l'electoral es mobilitza per una percepció favorable, per una persuasió, més que no pas per una convicció ideològica pròpia original (HOLTZ-BACHA; LEE: 1995, p.9).

La conseqüència d'aquesta dependència mediàtica és una americanització de la campanya electoral, és a dir, la incorporació de les tècniques i models de la comunicació política americana. Breument, aquesta americanització implica: *a)* una personificació de la campanya, centrada en el líder més que no pas en postulats polítics o ideològics⁹³; *b)* una simplificació del missatge de campanya per adaptar-lo al format dels mitjans de comunicació⁹⁴; *c)* una reducció del missatge, adaptant-lo a la duració suportada pels espectadors estàndard⁹⁵; *d)* una creixent importància de les emocions i l'emocionalització del missatge polític⁹⁶; *e)* un rol dominant de la televisió com a mitjà de difusió de la campanya electoral per excel·lència⁹⁷; *f)* un predomini clar de les imatges, amb un component d'espectacle, per sobre dels temes⁹⁸, i, finalment, com a conseqüència directa de tots els aspectes anteriors, *g)* professionalització i especialització dels creadors i directores de la campanya de comunicació⁹⁹.

És essencial conèixer aquest nou model de campanya política a la americana per poder fer una anàlisi acurada del paper de la música i el silenci en els espots electorals. La creixent emocionalització del missatge, per exemple, és un aspecte clau que ens ajudarà en la valoració de les funcions i la disposició narrativa d'aquests elements de la banda sonora. Per altra banda, l'alta coincidència –i dependència– del missatge de l'espot electoral amb el mitjà

⁹² AIRA: 2008, p.27.

⁹³ AIRA: 2008, p.68.

⁹⁴ AIRA: 2008, p.71; BRADER: 2006, p.4.

⁹⁵ AIRA: 2008, p.167.

⁹⁶ AIRA: 2008, p.184; BRADER: 2006, p.18.

⁹⁷ HOLTZ-BACHA; LEE: 1995, p.9; AIRA: 2008, p.95.

⁹⁸ HOLTZ-BACHA; LEE: 1995, p.9; AIRA: 2008, p.69.

⁹⁹ HOLTZ-BACHA; LEE: 1995, p.9.

predominant en la campanya –la televisió– també ens ha de guiar en l'observació i la valoració de l'objecte d'estudi d'aquesta tesi.

Com a dificultats cal comentar que el nostre corpus d'anàlisi procedeix d'arreu del món i, fins i tot, de diferents èpoques¹⁰⁰. En aquest sentit, cal dir que en els diferents espots podem trobar diferents graus d'emocionalització i d'americanització en general. Es podran establir unes comparatives molt bàsiques atenent l'ús i les funcions de la música i el silenci respecte d'aquestes diferències estilístiques i contextuals, però, com que no és el principal objecte d'aquest treball, aquesta diferenciació quedarà com a possible tema per a investigacions posteriors.

2.2.2.3. Proposició Única de Venda (USP)

Una de les teories sobre l'estratègia publicitària que ens pot ser útil en la nostra anàlisi és la denominada proposició única de venda¹⁰¹. Aquesta teoria va ser proposada per Rosser Reeves, de l'agència publicitària Ted Bates, el 1940 amb l'objectiu de millorar l'efectivitat del missatge publicitari (ALTARRIBA: 2003, p.184). La base teòrica és la necessitat de trobar, com el seu títol indica, una proposició única de venda, és a dir, un benefici específic per al consumidor que, al mateix temps, sigui característic, únic i definitori del producte que es vol comercialitzar. Aquesta proposició, doncs, ha de sorgir de l'anàlisi del producte i dels beneficis que proporciona a qui l'usa, d'una síntesi acurada i coherent d'aquestes característiques i d'una repetició insistent de la idea que en sorgeix durant el missatge¹⁰². Malgrat sorgir en l'època on encara el producte ostentava la centralitat del paradigma publicitari, la proposició única de venda pot ser útil per al nostre estudi pel fet de centrar la interpretació o atenció del receptor en un sol concepte determinat¹⁰³.

¹⁰⁰ També hi podem trobar espots històrics de les primeres campanyes electorals televisades a Estats Units (anys 50), per exemple, gràcies a la gran quantitat d'estudis de què han estat objectes.

¹⁰¹ El nom original, en anglès, és *Unique Selling Proposition* (USP).

¹⁰² ALTARRIBA: 2003, p.184.

¹⁰³ Cal esmentar que, a parer d'Altarriba, no hi pot haver mai un spot tan gran com per contenir més d'una proposició de venda. Obligatòriament, doncs, per força –per format, percepció i eficàcia–, només hi pot haver un element destacat (USP) a cada anunci, sigui electoral o no.

És a dir, que “la publicitat ha de crear un missatge únic que permeti oferir beneficis concrets al consumidor, elegint la millor característica del producte i fonamentant en aquesta totes les argumentacions”. Així, la proposició única de venda “es caracteritza pel raciocini, la lògica i l’argumentació en destacar fonamentalment una raó de compra exclusiva del producte” (ALTARRIBA: 2003, p.185). La formulació de la proposició, com diu Herreros, ha de ser “exclusiva, creïble, convincent, de fàcil record i repetida a les campanyes fins al total esgotament” (HERREROS: 1995, p.200- 201).

Tot i la centralitat aparent de la racionalització i el procés racional, Reeves mai va negar la importància i la presència de les emocions, assumint que la proposta comunicativa podria ser emotiva¹⁰⁴.

La teoria de Reeves es basa en els axiomes següents: *a)* el consumidor normalment només recorda una cosa de l’anunci, un sol concepte; *b)* el que importa, en les grans campanyes, és la concreció en un sol tema, concentrant tota la força de l’argument en un aspecte per assolir més penetració; *c)* com més es va acceptant la proposició, menys espai o possibilitats es deixa per a les campanyes dels competidors (ALTARRIBA: 2003, p.185-186).

Aquesta teoria, malgrat ser formulada als anys 40 i amb els mitjans impresos com a hegemònics en la comunicació publicitària, és encara vigent i vàlida per contextualitzar la nostra anàlisi. D’acord amb la teoria, s’ha de poder identificar un motiu o tema que distingeixi l’spot o la campanya dels altres partits i candidats. A cada spot podem trobar-hi una proposició única, destacada, que ha de guiar l’anàlisi estètica, narrativa i semàntica del producte audiovisual. Conèixer, per tant, quin és el punt central persuasiu, la USP, de cada spot facilitarà l’estudi dels seus codis narratius i la seva disposició.

¹⁰⁴ En revistes professionals també ha aparegut el terme ESP, que canvia *Unique* per *Emotional*. L’anàlisi, la tria i la designació de la proposició ha de ser racional, però la seva comunicació i integració en el missatge publicitari pot ser perfectament emocional (ALTARRIBA: 2003, p.186).

2.2.2.4. La raó del perquè o la *reason-why*

El concepte i la teoria de la *reason-why* van ser plantejats per Claude C. Hopkins, en una crítica a les frívoles tècniques publicitàries existents fins aquell moment, els anys 20, i a la recerca de més eficàcia (ALTARRIBA: 2003, p.103). Tanmateix, l'agència Procter & Gamble desenvolupa posteriorment aquesta teoria atorgant-li la qualificació de prova o evidència. Si bé Hopkins considera les mateixes argumentacions la raó del perquè, és a dir, els mateixos eslògans o frases comercials, Procter & Gamble mostra proves per aquestes raons, més que no les raons en si. En aquest sentit, la concepció del *reason-why* de Procter & Gamble s'anomena també el suport del benefici¹⁰⁵. Ambdues concepcions, però, tenen un mateix fonament que seria la finalitat de destacar les qualitats d'un producte o servei en comparació amb la seva competència.

Hopkins entén que “les argumentacions de venda no es confien a la improvisació, sinó que, en tractar-se d'un text, aquest ha de ser fruit de la reflexió argumental abans de la redacció i, per tant, fruit de l'estudi de les qualitats del producte i dels avantatges que pot mostrar enfront de la competència”. D'alguna manera, Hopkins és pioner en la investigació sobre el producte (HERREROS: 1995, p.197).

La teoria, senzilla, es basa en el fet que, per aconseguir major eficàcia en la venda, cal trobar primer la diferència important o secundària del producte respecte dels seus competidors; aquesta diferència passarà a ser la base de l'argument de venda, la *reason-why*, és a dir, perquè s'ha de comprar aquest producte i no un altre. Aquest argument, finalment, s'ha d'explicar amb racionalitat i senzillesa¹⁰⁶. Segons Altarriba, Hopkins “percep la importància de la imatge de marca, una generació abans que es produís” (ALTARRIBA: 2003, p.104).

¹⁰⁵ És a dir, l'evidència que dona testimoni que aquell producte o servei destaca per sobre dels altres. Si un eslògan diu “Neteja el que altres deixen”, per a Hopkins, la *reason-why* és que és més potent; per a Procter & Gamble, la *reason-why* seria la demostració, la prova, de que és més potent.

¹⁰⁶ HERREROS: 1995, p.197-198.

Per a Hopkins, cal realitzar una atenció personal a cada anunciament, adequant l'estil del missatge a les seves necessitats. Al mateix temps, concep la publicitat com un art que ha "d'interessar i persuadir" i, per a fer-ho, considera necessari focalitzar el treball sobre el contingut –els trets distintius– que no pas sobre l'estil. Alhora, però, creu important "dramatitzar els arguments del venedor" (ALTARRIBA: 2003, p.104).

Hopkins parteix d'una idea pragmàtica de la publicitat amb la centralitat, encara del producte i la venda. Tanmateix, aquesta visió teòrica de destacar la diferència, la raó per la qual el producte és diferent, ens pot servir per entendre els arguments i l'estètica dels espots en relació als diferents partits o candidats que concorren en unes eleccions. Si la proposició única de venda remarca la qualitat central del producte, la *reason-why* diferencia aquesta qualitat respecte dels altres competidors, establint una relació contextual. En aquest sentit, ambdues –la *reason-why* i la USP–, complementàriament, són la base per a la construcció del plantejament de la creativitat publicitària¹⁰⁷.

La contextualització com a producte dels productors dels espots, és a dir, el posicionament dels partits i candidats respecte dels seus competidors, és també un element a tenir en compte a l'hora de fer-ne l'anàlisi del contingut i de les músiques i silencis que empra, així com de la manera que els utilitza. La significació i la persuasió vindran condicionades no tan sols per allò que volen transmetre els espots, sinó, al mateix temps, per com se situa aquesta proposta en el conjunt de propostes d'altres formacions¹⁰⁸. Tant la idea de l'argumentació en ella mateixa –Hopkins–, com la versió d'una demostració, un suport del benefici –Procter & Gamble– són pertinents per analitzar els espots electorals en el nostre treball.

¹⁰⁷ ALTARRIBA: 2003, p.188-189.

¹⁰⁸ Per exemple, una proposta electoral, visualitzada com a USP, del compromís d'aconseguir el concert econòmic per a Catalunya, té diferents connotacions –per a la proposta mateixa i per al partit que la realitza– depenent de si les altres formacions també l'accepten, la rebutgen o l'acullen amb matisacions. Quina originalitat i valor polític –i per tant, comunicatiu– tindria aquesta proposta si tots els partits demanessin fermament el concert econòmic? La *reason-why* hauria d'introduir-ne altres valoracions com, per exemple, pionerisme en la reivindicació, coherència, fermesa o credibilitat, etc.

Resumint aquest apartat, cal diferenciar el màrqueting, com a procés global d'estudi i planificació, de la comunicació política, com a eines específiques per a transmetre el missatge de campanya, i també de la publicitat, com a tècniques per fer el missatge persuasiu més eficient. La propaganda, relacionada amb els materials de difusió d'idees, s'empra com a sinònim de publicitat política o espots, però manté encara una connotació despectiva.

La persuasió, per la seva banda, és el procés destinat a produir un canvi en el receptor apel·lant als seus mecanismes racionals i emocionals. Cal diferenciar-la de la manipulació, on la voluntat d'aconseguir aquest canvi s'amaga al destinatari, i de la convicció, la qual actua en una esfera únicament racional i basada en argumentacions.

La publicitat moderna es caracteritza principalment per situar el consumidor en la centralitat del seu paradigma. Això implica buscar i analitzar la resposta del consumidor i cercar la seva satisfacció. Aquest fet fa incloure dins del paradigma comunicatiu el concepte d'estímul, promogut pels nous mitjans de comunicació interactius, el qual vol provocar la reacció del consumidor.

La comunicació política moderna, per la seva banda, es caracteritza per una progressiva americanització que implica, entre d'altres factors, una personalització, un predomini de la televisió i les imatges, una professionalització dels conductors de la campanya i un paper cada vegada més rellevant de les emocions en els espots electorals.

La teoria de la Proposició Única de Venda ens planteja que cada producte o servei, o candidat, aconsegueix més eficàcia persuasiva si se centra en destacar reiteradament un sol benefici o virtut que contingui. La teoria postula la repetició i èmfasi d'una sola qualitat que en sobresurti, ja que els espots, de fet, no n'hi podrien encabir eficaçment cap més.

Per altra banda, la teoria de la reason-why vol emmarcar el producte, o candidat, en el conjunt de la competència i, per tant, és partidària d'explicar en

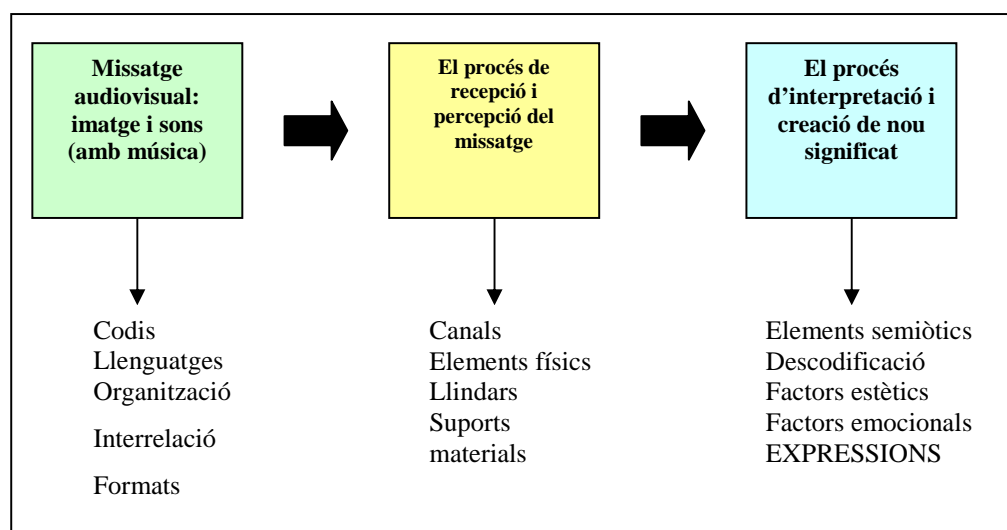
la comunicació persuasiva què és allò que diferencia i fa ser més bo aquest producte o partit per sobre dels altres. Hopkins la presenta com la mateixa raó o sentència mentre que Procter & Gamble l'entén més aviat com una prova, com l'evidència del benefici que conté el producte.

Si la Proposició Única de Venda fa selecció i destaca una qualitat de totes les que posseeix el candidat o el programa polític, la reason-why, complementàriament, situa aquesta qualitat –o una altra que diferenciï el producte– entre totes les característiques que ofereix la competència, amb o sense una demostració. Ambdues teories són la base per a la planificació publicitària.

2.3. Teories de la comunicació i de la comunicació audiovisual

Els paradigmes de la comunicació i de la comunicació audiovisual que componen el marc teòric de la present investigació es troben ubicats ja d'entrada a cavall entre diferents branques del coneixement, emanant una pluridisciplinarietat, des de dins del mateix bloc de les teories de la comunicació¹⁰⁹.

Gràfic 2.5. Elements relacionats amb la investigació principal



¹⁰⁹ La mateixa comunicologia és de natura interdisciplinària, com expressa Miguel Rodrigo en el seu llibre *Los modelos de la comunicación* (RODRIGO: 1995, p.14).

Tot i que hi ha diferents elements propers relacionats amb la recerca que duem a terme –com poden ser la recepció i la interpretació del missatge i els efectes cognitius posteriors–, la investigació se centra en una anàlisi estètica i narrativa del missatge, concretament de la relació de la música i el silenci amb les imatges i el contingut semàntic dels espots electorals. L'àmbit de l'objecte d'estudi, doncs, és el corresponent al marc del missatge audiovisual, on s'hi inclourien els codis, els llenguatges, els formats i la seva organització i interrelació (vegeu gràfic 2.5.).

La investigació en el seu conjunt acull un treball centrat sobre el missatge audiovisual, on haurem de treballar i detallar els seus elements constitutius així com les seves relacions, ordre i jerarquia. Aquest treball dispensa una especial atenció al missatge musical o a la música com a component ineludible del missatge audiovisual, així com una dissertació teòrica sobre el silenci, com a element expressiu en si mateix i com a component de la música i la banda sonora d'un film.

Tot i així, la investigació també atén altres elements de la cadena comunicativa que ajuden a contextualitzar la recerca sobre el missatge. Un d'aquests blocs contextualitzadors complementaris, és el que se centra clarament en la percepció d'aquest missatge. Agafant com a base la psicoacústica, en el cas musical, i la psicologia de la percepció, pel conjunt del missatge, es discerneix com i en quins paràmetres fisiològics i físics (referents als canals i als codis) una persona pot percebre la combinació audiovisual abans plantejada.

Igualment, un altre bloc de les teories de la comunicació que contextualitza la investigació és el relatiu a l'assimilació cognitiva o la valoració semàntica que realitza l'individu receptor una vegada ja ha percebut el missatge audiovisual, tal i com mostra la figura anterior.

Aquests tres blocs, però, no es presenten correlativament sinó que es van entreteixint en el discurs segons convé. Així, el capítol que debat la qüestió de la música i el capítol que presenta el silenci, consten d'un debat sobre la

constitució d'aquests elements, però, per la necessitat expositiva i l'argumentació d'algunes teories, també s'hi incorporen descripcions del procés receptiu i cognitiu, malgrat aquests estiguin més explicitats en el capítol referent a la comunicació musical.

Per introduir-nos en l'estudi del camp dedicat al missatge, serà necessari accedir als paradigmes de la lingüística, la teoria matemàtica de la comunicació, la semiòtica i especialment de la teoria estètica musical i les teories cinematogràfiques (on inclouríem temes de muntatge, narrativa i estètica de la imatge).

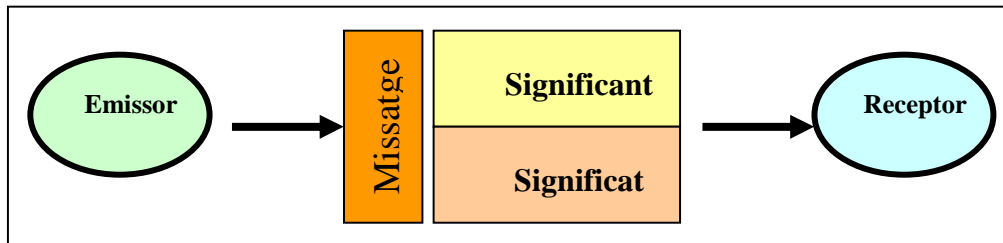
2.3.1. Els paradigmes lingüístics

En el camp de la lingüística hem de prendre com a base el teorema saussurià de la comunicació (Gràfic 2.6.). A través seu podem distingir i analitzar separatament, de forma simplificada, primer els components del procés comunicatiu (emissor, missatge, canal i receptor) i, en segon lloc, l'estructura del missatge en si, si dividim l'organització de signes amb un component material que actua com a significat i un component abstracte que anomenem significat. La teoria de Ferdinand de Saussure ens ha d'ajudar a realitzar el plantejament inicial degut a la seva simplicitat i claredat. Així, amb ella podem delimitar els camps de la investigació i podem deduir que, en aquest projecte, l'apartat de l'emissor queda descartat i el sector del canal serà minimitzat i inclòs dins del camp dedicat a la percepció.

Per a Saussure, el signe és el fet central del llenguatge. Aquest lingüista va definir el signe com "la unió d'una forma que significa, el significat, i d'una idea significada, el significat" (BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p.24-25). El significat, per tant, és com el senyal material, acústic o visual que indueix, que provoca un concepte mental, el significat. El

significat, per tant, no és un element físic i perceptible, sinó una representació mental¹¹⁰.

Gràfic 2.6. El paradigma lingüístic de Saussure



Un altre aspecte clau en el plantejament de Saussure és la relació arbitrària entre el significat i el significat. “El significat lingüístic no està relacionat de cap manera analògica amb el significat” i la vinculació existent és simplement a l’atzar¹¹¹. Aquest és un requisit imprescindible per atorgar la consideració de llengua a un sistema de codis i és precisament per aquesta manca d’arbitrarietat que teòrics com Christian Metz van descartar que el cinema fos una llengua, ja que la relació entre significat i significat és directament motivada per similituds iconogràfiques (BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p.54-55).

Saussure distingeix dos tipus de relacions possibles entre els signes, en el seu cas, lingüístics. La primera és una relació paradigmàtica, o de *comparabilitat* entre els components d’un grup ‘virtual’ o vertical “que tenen en comú el fet de mantenir relacions de similitud i contrast”. La característica és que uns signes poden intercanviar-se o ocupar el lloc d’uns altres segons aquesta categoria comparativa en què es troben ubicats.

La segona relació fa referència al sintagma. Saussure l’entén com una relació horitzontal que té a veure “amb les característiques seqüencials de la parla, la seva disposició ‘horitzontal’ en una totalitat significat endreçada”. Si les

¹¹⁰ BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p.25.

¹¹¹ *Ídem.*

relacions paradigmàtiques permeten triar entre signes, les sintagmàtiques permeten combinar-los (BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p.25-26). Aquestes relacions poden aplicar-se a altres codis i poden ser útils, com ja les han emprat teòrics del cinema com ara Metz o Barthes, per estudiar la disposició narrativa i del significat de l'audiovisual.

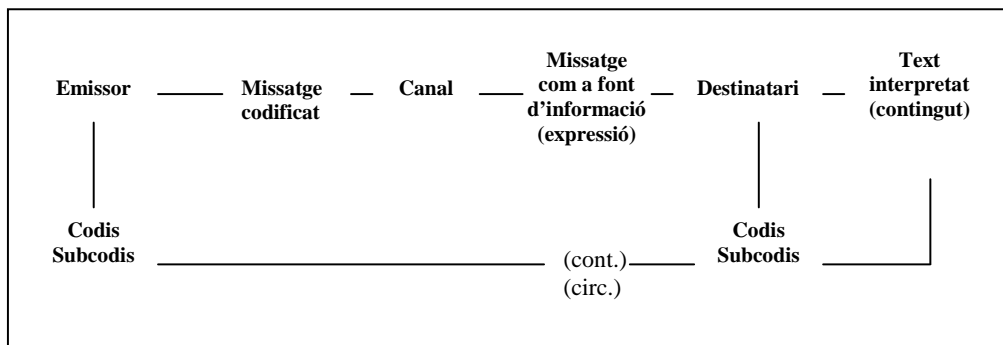
D'aquest paradigma podem extreure algunes concepcions interessants per a la nostra investigació tot i que ens ha de servir principalment per a una ordenació bàsica i inicial. Del concepte de llengua com a conjunt delimitat de signes ordenats en un sistema, així com les seves característiques d'arbitrarietat i linealitat poden oferir-nos un marc on encetar les reflexions sobre la fragmentació de les unitats musicals.

Charles Sanders Peirce realitza una definició de signe més oberta, entenent com a signe "alguna cosa que representa per a algú alguna cosa en algun sentit o capacitat". El principal avantatge d'aquesta concepció és que no inclou en la definició de signe "les qualitats de ser intencionadament emès o artificialment produït" i, per tant, evita el condicionant saussurià de ser un mecanisme comunicatiu que tan sols funciona entre dos éssers humans que es volen comunicar intencionadament (BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p.21).

També Umberto Eco ens aporta un matís al paradigma de Saussure en incloure en el significat final el mateix lector/receptor. Acceptem la teoria d'una participació activa del subjecte receptor en la recreació del significat del missatge, aspecte que ens ha de fer valorar el context cultural i personal de l'interpret de qualsevol comunicació. Eco proposa un model, també molt vinculat al de la teoria matemàtica, i que gira a l'entorn del concepte de codi i a la descodificació del destinatari (RODRIGO: 1995, p.70). La seva novetat més important i que enllaça perfectament amb el nostre propòsit analític és la multiplicitat de codis (Gràfic 2.7.).

Una de les premisses que fan interessant aquest model d'Eco és que “els destinataris no reben missatges sinó conjunts textuais” i, al mateix temps, més lligat a la interpretació, “els destinataris no comparen els missatges amb codis sinó amb un conjunt de pràctiques textuais dipositades” (ECO: 1991, p. 221; RODRIGO: 1995, p.91).

Gràfic 2.7. Model semiòtic d'Umberto Eco



Aquest paradigma, també haurà d'incloure el matís que aporta la teoria de la publicitat la qual en destaca la importància de la resposta del consumidor i, prèviament, de l'estímul en el missatge, element que busca la provocació d'aquesta resposta. El missatge ja no és tan sols font d'expressió, sinó també font d'estimulació i en la interpretació s'han d'afegir els codis compartits per l'emissor i pel receptor que provoquen (estimulen) una certa reacció.

2.3.2. Organització musical i social

La vinculació del missatge amb el context també la realitzem de la mà de la teoria de John Blacking que, des de l'obra *Fins a quin punt l'home és música?* (BLACKING: 1994), entén la música com una representació social de la comunitat que la crea. L'organització social i humana, segons l'antropòleg, es veu reflectida en les pròpies estructures musicals.

Blacking entén que l'expressió musical és una constant en l'espècie humana, amb fonaments biològics, i es mostra convençut que en les estructures

profundes de la música hi ha elements comuns a la psique humana, encara que no siguin perceptibles superficialment (BLACKING: 1994, p. 13 i 130). L'antropòleg exposa el concepte d'ordre sonor –referent a les estructures musicals–, noció que creu mental, ubicada en la cognició humana i que es reflecteix en l'expressió musical (BLACKING: 1994, p.30).

Per aquest motiu, l'antropòleg creu que, per una banda, existeixen una sèrie de 'llibreries musicals' o concepcions musicals compartides pels membres d'una comunitat diferenciada i, alhora, que les expressions musicals d'aquesta comunitat reflecteixen també, indirectament o ambigua, el mateix concepte cultural d'ordre que la comunitat posseeixi i, per tant, es mostra musicalment l'organització i estructura social¹¹². La vinculació musical i social es realitza a través de la cognició de la forma, aspecte que Blacking creu que es produeix mentalment a través de "sistemes d'operació donats, universals, i d'estructures d'expressió cultural adquirides" (BLACKING: 1994, p.29 i 98).

La música no tant sols representa la societat, segons la perspectiva de Blacking, sinó que la mateixa societat condiona i determina la forma de la música (BLACKING: 1994, p. 20; MARTÍ: 2000, p. 78-79). Aquesta és una concepció pròpia a les 'comunitats musicals' que planteja Serafine, o, fins i tot, a 'l'enciclopèdia' d'Eco¹¹³.

Aquesta perspectiva ens vincula directament música i societat, i, en el cas de la nostra investigació, la música dels espots electorals i l'espai polític-social. El coneixement de la societat i els seus hàbits culturals no és per tant un punt irrellevant a l'hora d'analitzar el paper i la tipologia de la música en un espai audiovisual de propaganda política. La teoria de Blacking ha d'ajudar-nos a

¹¹² BLACKING: 1994, p. 55 i 78-79.

¹¹³ Eco planteja l'existència d'un model enciclopèdic en substitució del model tancat estructuralista de la noció de codi. Per a Eco, l'enciclopèdia és la gran agrupació de totes les interpretacions possibles dins d'un marc sociocultural. Aquesta agrupació, entesa com la biblioteca de les biblioteques i amb base cultural, es transforma amb el temps i alhora és emprada de forma diferent per cada usuari o intèrpret. ECO, U.: *Semiòtica y filosofía del lenguaje*. Barcelona: Editorial Lumen, 1990 (p.133 i 289).

valorar estèticament l'ús musical de cada spot així com a vincular la tria musical a les tendències i característiques de cada societat.

2.3.3. La teoria de la música com a cognició

També en el camp del missatge, té una gran importància la teoria de Mary Louise Serafine, de la qual hem fet un extens estudi i seguiment en aquesta investigació, particularment de la seva obra *Music as cognition*¹¹⁴. La teoria, referida a la qualitat i la interpretació musical, es basa en la concepció de la música com un pensament específicament musical, basat en processos auditivo-cognitius. Així, segons l'autora, la música pot ser entesa en absència de so –podem fer un processament cognitiu de sons sense percebre'ls en el mateix moment– alhora que existeixen uns principis cognitius generals per entendre la música, comuns a totes les cultures i quasi universals, així com la distinció d'altres processos culturals o estilístics, propis d'estils musicals concrets.

Aquesta teoria innovadora serveix tant per descriure l'essència del missatge musical, que Serafine desvincula de qualsevol comunicació de l'autor i element subjectiu del seu creador, com per atendre la complexitat de la cognició, és a dir, la descodificació musical en un significat.

2.3.4. Teories sobre les funcions de la música

Igualment, la vinculació de la música i el silenci amb el conjunt audiovisual es basa en les teories principals sintetitzades per Maria Teresa Fraile a la seva tesina *Introducción a la música en el cine: apuntes para el estudio de sus teorías y funciones*¹¹⁵. L'autora descriu tres tendències bàsiques de la relació entre música i cinema –paral·lelisme, autonomia i participació artística– i defineix acuradament les diferents possibles funcions de la música respecte de la imatge: funcions expressives, estètiques, estructurals i narratives. Aquesta

¹¹⁴ SERAFINE, M.L. *Music as cognition. The Development of Thought in Sound*. New York: Columbia University Press, 1988.

¹¹⁵ Sense publicar. Presentat a la Universidad de Salamanca el 2004.

classificació ens ajuda a ubicar el silenci en un context funcional més precís i a esbrinar, per tant, la seva finalitat i efecte.

També ens interessem pel discurs de Béla Balázs, que equipara la música i el silenci en el marc audiovisual, entenent-los com a neutralitat, alhora que reivindica el valor altament expressiu del silenci.

Edgar Morin entén la música com un art dirigit directament a allò imaginari de l'espectador –en coherència amb la no-especificitat significativa apuntada per Meyer– i que serveix per facilitar la connexió de l'imaginari subjectiu de l'espectador amb el contingut del film, a través de processos de participació-projecció (MORIN: 2001, p. 120-121).

Per a Morin, la música és una presència afectiva¹¹⁶. La música és una necessitat per al cinema –i per extensió, per a l'audiovisual–, el qual “viu en la música, es banya en la música”, diu Morin (MORIN: 2001, p.77). Tot i així, en crear una vinculació entre cinema i món oníric, l'autor admet que “la música és sens dubte l'element més inversemblant del cinema”, ja que els nostres somnis no estan acompanyats de música (MORIN: 2001, p.76).

La música és, doncs, un mecanisme necessari però inversemblant que fomenta com cap altre la identificació i la participació de l'espectador en l'obra cinematogràfica. “La música de pel·lícula resumeix per si mateixa tots aquests processos i efectes [de l'emoció a l'absorció de l'espectador en escena]. És cinestèsia [*sic.*]¹¹⁷ per la seva pròpia natura, matèria afectiva en moviment. Envoltada i embeu l'ànima (...) És a la vegada cinestèsia (moviment) i cenestèsia (subjectivitat, afectivitat), fa de nexa entre el film i l'espectador” (MORIN: 2001, p. 94).

¹¹⁶ MORIN: 2001, p.77.

¹¹⁷ L'autor és refereix a la cinestèsia com a qualitat de matèria en moviment. També se li podria atorgar, però, atributs o característiques de la sinestèsia, és a dir, de la propietat de connotar sensacions relatives a diferents dominis sensorials. En aquest fragment, tanmateix, Morin no en fa referència d'aquest segon concepte.

Morin resumeix la relació de la música amb el cinema explicant que “la música desenvolupa un paper molt concret de subtítol; ens dóna el significat de la imatge”. Al mateix temps, l'autor afirma que “la música s'uneix a l'espectador en una participació amable i lúdica, i al mateix temps delata la veritat de les imatges per a sotmetre-les a una filosofia emol·lient” (MORIN: 2001, p.158-159)

2.3.5. Teoria matemàtica de la comunicació

Per atendre la investigació en el camp de la percepció i recepció del missatge, on entra en acció el receptor/destinatari, hem d'incloure una referència a la base de molts paradigmes abans esmentats: la teoria matemàtica de la comunicació. D'ella, obtenim una diferenciació entre codificació i emissió i, a l'altre extrem, recepció i descodificació. Implícitament, apareix també el pas posterior de la interpretació. Inicialment, les dues etapes de la codificació i l'emissió es representen mitjançant la distinció entre els elements de font d'informació i de transmissor dins de la cadena comunicativa (RODRIGO: 1995, p.45).

Un altre dels elements interessants que aporta aquest model és la inclusió del soroll en el missatge, és a dir, un element distorsionador que pot provocar una interpretació parcial, nul·la o incorrecta del contingut original. Per compensar aquest factor, apareix un nou concepte, el de la redundància, que també ens pot ser útil en l'observació conjunta d'un missatge multicodificat.

2.3.6. Teories sobre la percepció musical i audiovisual

En aquest apartat, evidentment, hem d'incloure llavors també les teories i paradigmes de la psicologia de la percepció i de la psicoacústica. D'elles utilitzarem els conceptes de *llindar diferencial* (una mesura de la diferència més petita entre dos estímuls, la qual es pot distingir¹¹⁸), *detecció* (consciència de rebre un estímulo), i la *percepció subliminal*, (estímuls que no donen resposta

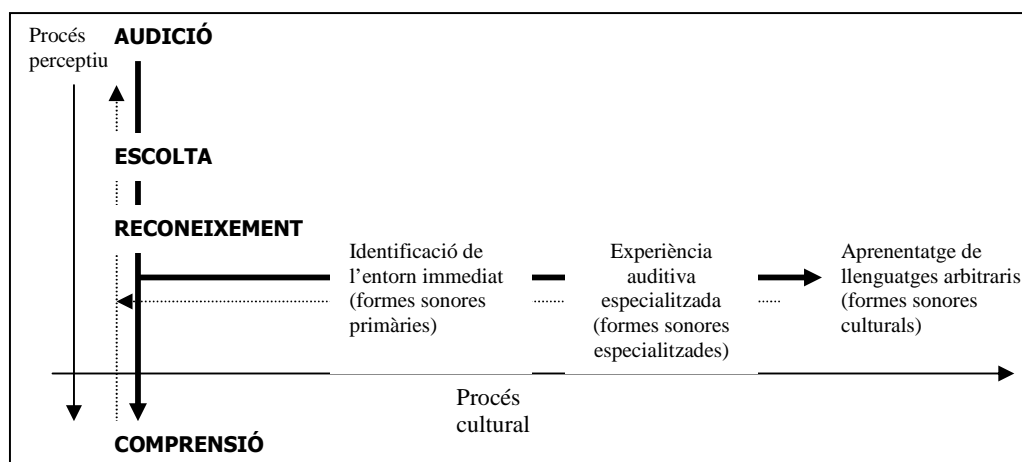
¹¹⁸ SCHIFFMAN: 1997, p.45.

de detecció, però que poden produir efectes indirectes i alhora mesurables en la conducta de l'individu¹¹⁹).

També atenem els principis de la teoria de la bona continuïtat formulada per la Gestalt i que, amb matisos, és postulada també per autors com Leonard B. Meyer o Serafine. En aquest grup de teories perceptives es destaca que els sentits humans sempre cerquen la màxima facilitat a l'hora de reconstruir les percepcions, fet que situa la realitat percebuda en part, també a l'interior de la psique humana.

Ens interessa igualment tenir en compte la teoria del processament dual que fa referència al processament de més d'una font d'informació prestant-li atenció simultàniament i intencionada (SCHIFFMANN: 1997, p.513). En el nostre cas, més que fonts (això tan sols esdevindria en el cas del cine mut i els músics de sala) hem de parlar de codis, amb la facilitat d'una certa sincronia o simbiosi comunicativa. Aquí podem aplicar la teoria de la coherència perceptiva (RODRÍGUEZ: 1998, p.207) que pressuposa que el sistema perceptiu tendeix a actuar sempre de forma global i coherent, en tots els seus sentits i en tots els nivells dels seus sentits.

Gràfic 2.8. Model dels mecanismes d'escolta, d'Àngel Rodríguez



¹¹⁹ SCHIFFMAN: 1997, p.44.

Com a base d'aquest apartat, ens recolzaríem en el model dels mecanismes d'escolta que descansa sobre dos eixos indispensables per la nostra investigació: l'eix perceptiu i l'eix cultural (Gràfic 2.8.). El model sorgeix d'una revisió feta per Àngel Rodríguez sobre el model de Pierre Schaeffer i atén les limitacions o possibilitats fisiològiques en la percepció i, al mateix temps, l'atenció als codis des d'una perspectiva semiòtica propera a Eco i la seva multilectura d'un mateix missatge. A la base, llavors, també es troben les quatre escoltes de Shaeffer integrades en un model més antropològic i referencial (SHAEFFER: 2003, p.61-74).

2.3.7. Els estadis de codificació i descodificació de Metz

Finalment, per iniciar el suport teòric dedicat a la investigació del missatge, el procés d'interpretació i la creació de nou significat, cal atendre la proposta de Christian Metz, a cavall de l'anàlisi lingüística, narrativa i semiòtica del cinema, en què proposa cinc nivells de percepció de l'audiovisual (AUMONT [et alt.]: 1996, p.184). Metz planteja l'estadi de codificació i descodificació distribuïts en cinc fases, les quals enllacen bastant amb el postulat de la teoria i model anterior:

- 1) PERCEPCIÓ (en el sentit psicològic i fisiològic; atenció primària)
- 2) RECONeixEMENT I IDENTIFICACIÓ D'OBJECTES
- 3) SÍMBOLS I CONNOTACIONS (determinats objectes vehiculen informació cultural implícita molt important)
- 4) ESTRUCTURES NARRATIVES (pròpies del discurs)
- 5) TÈCNiques NARRATIVES (pròpies del mitjà i condicionades pel codi)

Per a Metz, el cinema és un llenguatge, encara que molt diferenciat del llenguatge verbal (METZ: 2002, p.70). El teòric entén que el cinema és un discurs específic per la seva composició, ja que es constitueix "agrupant

llenguatges¹²⁰ com a matèria primera”¹²¹. Per això, per les seves característiques de conglomerat, Metz considera el cinema més un mitjà d’expressió que no una comunicació (METZ: 2002, p.99). El mateix autor considera que el cinema comparteix amb la televisió molts recursos expressius (METZ: 1977, p. 23).

Inicialment, Metz identifica les imatges fotogràfiques en moviment, el soroll, la música i la paraula com a matèries expressives –emprant el terme del lingüista danès Louis Hjelmslev– del cinema (METZ: 1977, p. 25 i 213). Posteriorment, Metz assigna cinc “bandes o canals” a la matèria expressiva constituent del llenguatge cinematogràfic: imatges fotogràfiques en moviment, so fonètic enregistrat, sorolls enregistrats, so musical enregistrat i escriptura (crèdits, intertítols, materials escrits a l’interior del pla) (BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p.57). Aquesta subdivisió dels codis també ens ha d’ajudar en la delimitació de l’objecte d’estudi d’aquesta recerca i en el plantejament de les interrelacions amb altres canals dins del producte cinematogràfic.

2.3.8. La teoria de l’expressió emotiva de la música

Igualment, les aportacions de Leonard B. Meyer ocupen un espai central en les teories emprades per la definició de la interpretació significativa musical. A l’obra *Emoción y significado en la música* (MEYER: 2001), aquest autor afirma, des d’una posició formalista, que qualsevol significat que aporta la música prové exclusivament de mecanismes intramusicals. És a través de la creació d’expectatives, satisfent o frustrant les mateixes, que el discurs musical crea emoció i afecció, segons Meyer.

¹²⁰ El mateix autor explica que hi ha dues accepcions del terme ‘llenguatge’: la primera fa referència a tots els sistemes de codis que tenen una estructura formal semblant a les nostres llengües; la segona, en un pla totalment diferent, es basa en què “tot el que parla a l’home de l’home (encara que sigui menys organitzat i menys lingüístic) se sent com a ‘llenguatge’: el llenguatge de les flors, de la pintura i fins i tot del silenci” (METZ: 2002, p.89).

¹²¹ METZ: 2002, p.83. L’autor diu que “el llenguatge cinematogràfic es compon del llenguatge verbal, del llenguatge musical, del llenguatge pictòric, del llenguatge dels gestos, d’una combinació de tots ells” (METZ: 1977, p. 26).

El mateix teòric, alhora, afirma implícitament que la música, com a tal, no pot significar res concret, és a dir, no aporta cap denotació específica, sinó que són la predisposició afectiva i el context cultural de recepció els elements que més contribueixen a significar en un fragment musical. De les consideracions de Meyer ens fixem en la descripció del procés d'expectatives, basat en la desviació, que no és incompatible ni contradictori amb moltes de les aportacions de Serafine.

2.3.9. Teories sobre el silenci

2.3.9.1. Béla Balázs i Kracauer, els pioners

El silenci en relació amb la imatge ja es va començar a debatre paral·lelament a la incorporació del so sincronitzat a les pel·lícules. L'aparició del so incorporat al film va comportar també el realçament del silenci i del seu valor i, per tant, la seva discussió.

Un dels primers cineastes que va aportar les seves teories sobre el silenci va ser Béla Balázs, en llibres com *El espíritu del cine* (1930) o *El arte del cine* (1945). Balázs entén el silenci com una part expressiva de la pel·lícula, amb capacitat dramàtica i amb la propietat de subratllar l'efecte d'aproximació i unificació dels objectes (FRAILE: 2004, p.118-120¹²²). Però Balázs, en realitat, tracta el silenci encara de forma superficial, considerant-lo teòricament com a matèria primera, com un concepte general, sense entrar en detalls de tipus ni d'efectes en els receptors. El treball de Balázs, valuós per ser pioner, es troba pràcticament acotat al camp teòric, estètic i narratiu.

Balázs descriu dues funcions bàsiques de la música: expressar el to afectiu de les imatges, i, en segon lloc, crear com una “tercera dimensió de la pantalla” de forma que la música facilita l'acceptació de la imatge cinematogràfica com a imatge veritable de la realitat vivent. En la línia que després seguirà Morin, Balázs entén que la música és un instrument que apropa l'espectador a la

¹²² FRAILE, M.T. *Introducción a la música en el cine: apuntes para el estudio de sus teorías y funciones*. Tesina treball de grau llegida a la Universidad de Salamanca, 2004. No publicada.

història cinematogràfica a través de la sensació de realitat (MORIN: 2001, p. 120).

La relació amb el silenci prové de la funció mediatra de la música. Una bona música cinematogràfica, la que realitza plenament aquesta tasca d'acostament entre cinema i espectador, no s'ha d'escoltar. Hi és, però l'espectador no se n'adona. És el silenci de la música. Tan sols quan s'atura, l'espectador s'adona que la música hi era.

Siegfried Kracauer, en assaigs com *Teoria del cine. La redención de la realidad física*, continua la línia encetada per Balázs mantenint el silenci com un concepte estretament dependent de la imatge i, en segon terme, de la música (FRAILE: 2004, p.126-128). Des del corrent realista, cercant la similitud amb el món real, Kracauer posa més l'accent en les funcionalitats de la música i, de retruc, del silenci, amb un plantejament encadenat i tancat a l'àmbit analític de l'audiovisual. Kracauer considera el cinema com un "mitjà d'expressió visual" i relega la música i el silenci a un paper secundari i complementari (KRACAUER: 1989, p. 140).

L'autor considera la música com un element que ajuda a atorgar realisme, en el sentit iniciat per Balázs, sobretot a través de l'eliminació o disminució del silenci a les pantalles. "La vida és inseparable del so", diu Kracauer, "el silenci va caure sobre el món com una quietud mortal. Això és el que succeeix exactament en la pantalla muda, amb els seus personatges que actuen com ho farien els persones reals però sense emetre mai un so" (KRACAUER: 1989, p.177). Per això, la música aconsegueix una tasca fisiològica i psicològica d'omplir aquesta buidor d'un film sense so, però també amb un so sincronitzat i les seves pauses. La música "tendeix a estimular la receptivitat general de l'oient"¹²³.

Kracauer explica, no obstant això, que la utilització de la música en les pel·lícules amb so sincronitzat "afirma i legitima el silenci, en lloc de posar-li

¹²³ KRACAUER: 1989, p.178.

fi” (KRACAUER: 1989, p.179). En aquest sentit, l'autor valora la càrrega expressiva del silenci obtingut per un contrast de volum (*efecte-silenci*), en la narració d'un film, en el transcurs d'un bloc musical. “Seria d'esperar que aquestes imatges abandonades a si mateixes no produïssin cap efecte, no obstant això, ens atreuen amb més vigor que les imatges precedents, recolzades en la música” (KRACAUER: 1989, p.179). L'autor, però, posa en primer terme significatiu la imatge, predominantment, i tan sols relega la música i encara més el silenci, a un paper d'atracció perceptivo-emotiva. No considera el silenci com objecte de significació¹²⁴.

A mode de resum, Kracauer entén la música com un element complementari i funcional. Segons l'autor, pel que fa a la música de comentari paral·lel, complementària de la imatge, “ignorem la música mentre ens integra en el que veiem a la pantalla”, però en el moment que ens submergim a l'escena, “no podem evitar adonar-nos que la mateixa música que abans no havíem escoltat evoca, de forma admirable i per si mateixa” el mateix to de l'escena. Per altra banda, segons Kracauer, la música contrapuntística, “usurpa el paper principal”, atorgant un missatge diferent al de la imatge i distorsionant-ne la recepció (KRACAUER: 1989, p.185 i 187). Per a Kracauer, la música tan sols pot actuar com a complement, com a matís, i és per aquest motiu que una funció contrapuntística, que presenta un significat alternatiu a la imatge, no és acceptable.

2.3.9.2. Shaeffer, Chion i Rodríguez

Pierre Shaeffer va iniciar l'estudi del so com a element expressiu en si mateix, aïllat de la seva font sonora i causant. Shaeffer, des de la seva obra *Tractat dels objectes musicals* (1966) realitza una extensa classificació dels sons atenent els principis psicoacústics de la seva percepció. Amb una dedicació exhaustiva al so, el *no-so* (el silenci) rep per part de Shaeffer tan sols alguna aportació marginal.

¹²⁴ Com a exemple d'aquesta visió amb la imatge com a element cinematogràfic central, Kracauer apunta que “les imatges sense acompanyament de so”, el so únicament acompanya, “també poden impressionar-nos quan subratllen una escena o succés que imposa silenci a tots els que la presenciem” (KRACAUER: 1989, p.180). És l'escena, no la banda sonora, la que imposa –domina– el silenci, segons l'autor.

El teòric, però, col·labora en l'estudi del silenci amb la seva metodologia de classificació i, sobretot, amb la *Teoria de les Quatre Escoltes* que proposa una via per explorar el significat de les percepcions sonores i que és aplicable, amb matisos, al silenci. Les quatre escoltes combinen quatre fases de percepció del so, des de les reaccions més instintives passant pels condicionaments i trets físics del so i fins arribar a copsar els significats més simbòlics i culturals de la manifestació sonora. Per la seva universalitat i generalitat, la teoria de Shaeffer és aplicable al silenci, però l'autor no detalla cap particularitat per a aquest fenomen.

Serà Michael Chion, continuador del corrent psicoacústic i acusmàtic de Shaeffer, qui en llibres com *La Audiovisión* (1990), *La música en el Cine* (1985) i, sobretot, *El sonido* (1998), faci alguna referència més explícita al silenci com a tal. Sense sortir de la relació entre so i imatge, Chion planteja ja la possibilitat del so com a signe i estableix una anàlisi més categòrica del fenomen. Chion parla del silenci com un *no-so*, com un *so-ja-passat* (CHION: 1999, p.198), una variació del so amb trets totalment oposats a aquest, però amb la seva mateixa natura. Chion planteja un *continuum* de so que, precisament, atreu la nostra atenció per la seva variació o modificació.

L'autor planteja per tant una escolta dependent del temps, dimensió que és la matèria del mateix silenci. La idea de *continuum* sonor també omple de contingut el concepte de silenci (CHION: 1999, p.392). Alhora, Chion descriu el concepte de *flow casual* (*flux fortuït*) o silenci dominant amb intervencions insignificants de so (CHION: 1999, p.147) i de *so negatiu*, o el so que s'espera d'una imatge per la seva dimensió visual i que finalment no s'obté (CHION: 1999, p.291). Per a Chion, el so i el silenci, són ja un objecte cultural que s'ha de construir des de les tècniques d'escolta i des de la necessitat estètica de l'home.

Àngel Rodríguez recull el bagatge de Shaeffer i Chion i, amb un èmfasi més tècnic amb el suport de les teories psicoacústiques de Zwicker i Fletcher,

planteja el concepte de silenci com una sensació psicoacústica de silenci. Rodríguez recull els paràmetres del que anomena *efecte-silenci* i descriu detalladament les variacions acústiques que donen lloc a aquesta sensació (RODRÍGUEZ: 1998, p.152). L'aportació principal de Rodríguez és la clara definició de com construir un silenci audiovisual, és a dir, quins paràmetres acústics crearan aquesta sensació de silenci¹²⁵. L'autor també proposa tres funcions del silenci audiovisual –entenem, *efecte-silenci*– dramàtic, naturalista i sintàctic (RODRÍGUEZ: 1998, p.153-154).

2.3.9.3. Serafine, la visió cognitivo-musical

Mary Louise Serafine, amb el seu estudi de perfil cognitiu *Music as cognition* (1988), aporta la idea que el cervell no resta mai en descans, apuntant llavors que el *continuum* d'atenció i cognició que es desenvolupa davant d'un so també engloba els seus silencis. Per a Serafine, les unitats musicals no són sinó els mateixos processos cognitius amb els quals atenem el so i la música; les formes de processar la música creen l'estructura i les unitats en la mateixa música i en el silenci, segons l'autora.

Serafine remarca la idea d'un flux temporal continuat que és desxifrat, a *grosso modo*, per processos cognitius generals i d'altres més específics de cada cultura musical. L'autora disposa el silenci, per tant, com un element implícit en els processos cognitius, en la mateixa natura mental humana –amb la no-existència o la variació màxima com a característica del silenci– i en contínua interacció amb el so. Serafine aporta una perspectiva molt més detallista amb el funcionament cognitiu, no tan centrada en el producte audiovisual en si, i amb una teoria plenament centrada en la ment humana més que en el seu món extern.

¹²⁵ Rodríguez es refereix únicament a la sensació de silenci –o al silenci audiovisual– dins dels paràmetres psicoacústics que estableix per a l'*efecte-silenci*. Nosaltres, però, adaptem aquests paràmetres com una categoria de silenci audiovisual, i alhora busquem altres possibilitats de sensació de silenci fora d'aquest patró indicat per Rodríguez. Per tant, no correspon al cent per cent la definició d'*efecte-silenci* de l'autor amb la que fem posteriorment en aquest treball.

2.3.9.4. Mateu: el silenci en el marc comunicatiu

Finalment, Rosa Mateu en la seva tesi *El lugar del silencio en el proceso de comunicación* (2001)¹²⁶ repassa el concepte de silenci, els seus significats socials i culturals i la seva funcionalitat des d'una perspectiva eminentment lingüística, però també comunicativa i antropològica. El primer valor afegit del treball de Mateu és emprar el silenci com a subjecte protagonista de la seva tesi; aquest fet fa que el treball agrupi i discuteixi interessants teories sobre aquest fenomen. L'aportació de Mateu que hem recollit en la nostra investigació és l'argumentació del silenci com a fenomen universal, que malgrat la seva universalitat té una interpretació i un ús particular dins de cada context sociocultural i, a més a més, la dotació indiscutible de significat a qualsevol silenci.

Mateu diferencia, mitjançant aportacions d'altres autors, el fet de callar, de no dir res i d'estar en silenci, entenent aquest darrer estadi com a significatiu. Alhora, l'autora contribueix a l'estudi del silenci amb una síntesi i una classificació de les diferents teories lingüístiques i comunicatives sobre els tipus i les funcions del silenci. D'elles hem extret les categories generals de silenci, com a concepte abstracte i inexistent en el món real; *un silenci*, com a pausa del discurs vigent, i una pausa, com a articulació quasi imperceptible del material sonor.

2.3.10. Anàlisi de la música en el cinema

Josep Lluís i Falcó també remarca la importància del context respecte de l'anàlisi musical. Aquest autor considera errònies les pràctiques d'anàlisi de la música d'audiovisual que l'aïllen i separen dels codis visuals. Per aquest motiu, Lluís i Falcó en proposa un protocol que atengui les necessitats analítiques per l'estudi de la banda sonora musical, però sempre amb una anàlisi global de tot el producte, és a dir, incloent-hi la imatge. L'autor diferencia *Banda Sonora* (BS), que inclou música, però també sorolls, veu, silencis i efectes especials, de

¹²⁶ Tesi doctoral no publicada. MATEU, R. *El lugar del silencio en el proceso de comunicación*. Universitat Autònoma de Barcelona, 2001. Localització: <http://www.tdx.cat/TDX-0829103-114331>

la *Banda Sonora Musical* (BSM), que es refereix únicament i exclusiva a la música. Aquestes dues modalitats de Banda Sonora (la completa i la musical) s'entenen vinculades i inseparables en la seva anàlisi dels codis visuals. Per altra banda, Lluís i Falcó considera la Música de Cinema (MDC) com aquella música escrita o emprada en un film però consumida o analitzada de manera descontextualitzada, sense atendre les imatges (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p. 170)

L'autor divideix la música de l'audiovisual, és a dir, la Banda Sonora Musical, en blocs. Posteriorment, aplica diferents paràmetres per identificar la seva situació i funcionalitat respecte de la imatge (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.172).

Taula 2.3. Paràmetres d'anàlisi de la banda sonora musical segons Lluís i Falcó

Paràmetre	Tipus	Subtipus
Funció articuladora	<i>Protagònica</i>	
	Secundària	
Coherència argumental	Integrada	
	Aliena	
Interacció semàntica	Convergència	Anímica
		Física
		Cultural
	Divergència	Anímica
	Física	
	Cultural	
Ubicació al muntatge	Bloc genèric	
	Bloc seqüència	
	Bloc de transició	
	Bloc-pla	
	Bloc continu	
Ubicació a la narració (Forma narrativa)	Tema circumstancial	
	<i>Leitmotiv</i>	
	El-lipsi	
	Irrupció musical	
	Interrupció musical	
	Seqüència de muntatge	
	Número musical	
<i>Mickeymousing</i>		
Pla auditiu	Primer pla	
	Pla secundari	
	Pla de figuració (música de fons)	

Font: Lluís i Falcó: 1995, p.179

Així, Lluís i Falcó planteja el paràmetre de la *funció articuladora* –secundària o protagonica, depenent de si és la imatge o bé la música el codi que planifica i estructura la pel·lícula. També es contempla la variable de *justificació òptica*, que fa referència a les tradicionals categories de música diegètica (amb font

sonora real o irreal), o música incidental o extradiegètica. Lluís i Falcó també valora la *coherència argumental*, la qual mostra si la presència de la música està justificada (integrada) o no (aliena) per l'argument.

La *interacció semàntica* revela si la relació entre música i imatge és basa en missatges convergents o divergents i, en qualsevol dels dos casos, si aquests se centren en una relació *anímica, física o cultural*. El paràmetre de la *ubicació dins de la narració* especifica les formes que pren la música respecte de la narració (*tema circumstancial, leitmotiv, el-lipsi*, etcètera) i la *ubicació al muntatge* qualifica el tipus de blocs musicals que s'empren (*blocs genèrics, blocs seqüència, bloc de transició, bloc-pla o bloc continu*). Finalment, Lluís i Falcó fa menció del *pla auditiu*, que situaria la música respecte de la percepció dels altres codis acústics, i que pot ser, *primer pla, pla secundari o pla figuratiu*, és a dir, música de fons (LLUÍS i FALCÓ 1995, p.173-180).

Aquest conjunt de paràmetres constitueixen un mètode objectiu que proporciona una abundant informació de la relació música i imatge¹²⁷. Alguns dels seus paràmetres són extrapolables a altres elements com pot ser el silenci.

A mode de resum, les teories de la comunicació i la comunicació audiovisual presentades en aquest apartat abracen un espectre teòric que va des del paradigma més bàsic de la lingüística de Sausurre, aplicat a la comunicació, i que ens aporta l'estructura bàsica dels components del missatge, fins a les concepcions i definicions del silenci com a sensació continuïsta, significativa i integrada simbiòticament en el procés de comunicació.

Umberto Eco, amb el seu model semiòtic obert plantejat al *Tratado de Semiòtica General* (ECO: 1991, p.219-224), fa èmfasi en la importància de la participació del lector o receptor en la interpretació i en el significat del missatge. La teoria matemàtica de la comunicació de Shannon i Weber

¹²⁷ Per a un estudi amb més detall d'aquests paràmetres i metodologia d'anàlisi vegeu el capítol dedicat al mètode d'anàlisi.

introdueix en el marc teòric, principalment, els conceptes de soroll i de retroalimentació.

Mary Louise Serafine ens planteja la música com un tipus de cognició, de pensament, i apunta al gran paper en la seva interpretació de les comunitats musicals o col·lectius que comparteixen informació musical. John Blacking, pel que fa a això, va més enllà i afirma que tota estructura social es veu reflectida en l'estructura o organització musical.

Leonard Meyer, per la seva banda, teoritza sobre l'expressió emotiva de la música i conclou que la música tan sols aporta expectatives i resolucions, a través de les quals crea les emocions en l'espectador, però les quals es generen únicament de forma intramusical, és a dir, dins del mateix codi musical.

Christian Metz, amb un bagatge també lingüístic, proposa cinc estadis o fases de descodificació de l'audiovisual, aplicables a la música i al silenci en certa mesura. Aquestes fases són la percepció, el reconeixement dels objectes, el reconeixement dels símbols i connotacions, el reconeixement de les estructures narratives i el reconeixement de les tècniques narratives, pròpies del mitjà.

Finalment, Josep Lluís i Falcó proposa un mètode analític que divideix la Banda Sonora Musical en blocs i realitza l'estudi a través de paràmetres com ara la funció articuladora, la justificació òptica, la interacció semàntica, la ubicació al muntatge i el pla auditiu.

2.4. Síntesi del marc teòric

Amb aquest conjunt de paradigmes i teories de la teoria política, la publicitat i la comunicació audiovisual, en un sentit ample, la base de coneixement previ per assolir la investigació plantejada queda suficientment coberta (vegeu Taula 2.4.).

Taula 2.4. Síntesi dels conceptes, teories i paradigmes recollits en el marc teòric

Teoria Política	Publicitat i comunicació persuasiva	Comunicació i Comunicació Audiovisual
Espai Nacional de Comunicació	Màrqueting	Paradigmes lingüístics
La <i>poliarquia</i> , de Robert A. Dahl	Màrqueting polític	Model semiòtic d'Umberto Eco
Teoria sistèmica de D. Easton	Comunicació política	Organització social i musical de John Blacking
Pluralisme de valors, de Isaiah Berlin	Publicitat	Música com a cognició
	Propaganda	Teories sobre les funcions de la música
	Espot	La música com a connector psicològic, segons Edgar Morin
	Espot electoral	Teoria matemàtica de la comunicació
	Persuasió	Teories de la percepció musical
	Convicció	Llindar diferencial
	Manipulació	Percepció subliminal
	Paradigma de la publicitat moderna	Teoria de la bona continuïtat (Gestalt)
	Paradigma de la comunicació política actual	Teoria del processament dual
	Proposició Única de Venda (USP)	Model dels mecanismes d'escolta, d'Àngel Rodríguez
	Teoria de la <i>reason-why</i>	Model de les quatre escoltes de Pierre Shaeffer
		Estadis de codificació i descodificació de Christian Metz
		Matèries expressives del cinema, de Metz
		Teoria de l'expressió emotiva de la música, de Leonard Meyer
		El silenci com a inductor, Balázs i Kracauer
		El silenci com a component psicoacústic i signe
		El silenci dins del <i>continuum</i> cognitiu (Serafine)
		El silenci com a element comunicatiu
		Paràmetres per a una anàlisi de la Banda Sonora Musical, de Lluís i Falcó

La creença que la significació musical i audiovisual està basada en un efecte produït per codis múltiples i elements distribuïts al llarg de la cadena comunicativa domina la investigació. D'aquí, l'atenció a diferents codis i

llenguatges i la necessitat d'incloure teories que tractin una percepció o una estructuració de l'audiovisual en format multicodi.

Igualment, també predomina al llarg de les teories proposades en el marc teòric que la percepció i la interpretació, així com la presa de decisions i l'acció per part d'un receptor individual està fortament condicionada pel seu entorn social i cultural més immediat amb el qual el receptor s'identifica.

El marc teòric també recull conceptes bàsics per tal de facilitar la comprensió i la correcta interpretació de les teories.

En la música, tots els sentiments
tornen al seu estat pur
i el món no és sinó música feta realitat

Arthur Schopenhauer, filòsof alemany

El silenci és la virtut dels boixos

Sir Francis Bacon, filòsof i estadista britànic

Desenvolupament teòric

3.1. Què és la música? Definició de l'essència musical

La música ha estat objecte de debat intel·lectual i filosòfic des de l'antiguitat, segons els testimonis documentals i arqueològics heretats, i suposem que ja era debatuda –si més no, qüestionada amb curiositat– des del mateix inici d'aquest fenomen sonor. La música conté quelcom i és d'una natura que no deixa indiferent. Malgrat aquest estímul i la constància en la seva exploració intel·lectual, no s'ha assolit un consens suficient que generalitzi i expressi adequadament la seva essència¹²⁸. Aquesta poca efectivitat en l'aproximació a l'objecte musical bé podria estar marcada per la diversitat de perspectives i punts de vista que s'han fet servir metodològicament en el tractament conceptual de la música. Aquesta pot ser entesa com a fenomen social,

¹²⁸ Gerard Vilar, professor d'Estètica i Teoria de les Arts al Departament de Filosofia de la Universitat Autònoma de Barcelona, afirma que “si hi ha un objecte amb el que la filosofia s'ha caigut de morros persistentment en una humiliant demostració d'imptència, aquest és la música” (ADORNO: 2000, p.10). També a SERAFINE: 1988, p.1.

individual, artístic, antropològic, acústic, psicològic, moral i fins i tot diví. L'ampla diversitat d'enfocaments aproximatiu acota en excés el camp musical i n'impossibilita una visió general.

Així, pels teòrics de l'art i filòsofs la pugna se centra entre si la música és art, com ho és i perquè ho és; els psicòlegs treballen les afeccions musicals; els músics, la seva natura i la seva història, més que res, occidental; els antropòlegs, la seva vinculació amb el medi humà que la crea i executa, etc. Potser haurem de determinar finalment que la veritable natura i essència de la música només pot ser compresa des d'un vessant pluridisciplinari, ric en diversitat de paradigmes, doncs la música s'allotja en múltiples cambres de l'existència humana, és a dir, es desenvolupa i s'estén en nombroses i variades situacions i peculiaritats de la vida de l'ésser humà.

La música abans que ser art és comunicació (LABRADA: 2009, p.23-24). Tot i així, la perspectiva d'estudi des de la comunicació tampoc no és lliure de pecat. Els estudis musicals en comunicació acusen una tendència imposada a concebre la música dins de l'esquema *saussurià*¹²⁹, sovint adaptat a la comunicació de masses i, posteriorment, amb una dissecció més profunda des de la semiòtica. La idea que la música té un missatge implícit amb freqüència anul·la la definició necessària de *què és la música* i simplement centra la reflexió en un aspecte instrumental, funcional, de la mateixa. La comunicologia¹³⁰, però, podria tenir l'avantatge que ja reuneix en ella mateixa les diferents perspectives també comunes a la música. Tanmateix, aquesta disciplina, novella com a tal, pressuposa i dóna per assumit un aspecte encara per discernir: si la música comunica o no, o més ben dit, si per obtenir la consideració de música aquesta ha de comunicar.

Des d'aquesta cruïlla de punts de vista empenem la definició musical, que vol, comptant amb els punts més essencials de cada aportació, actuar

¹²⁹ Segons el paradigma lingüístic de Ferdinand de Saussure, on a la comunicació mitjançant signes hi consta un referent del món real, un significat i un significant, i un receptor.

¹³⁰ Nova ciència centrada en l'àmbit de la comunicació i d'essència multidisciplinària, com afirma Àngel Rodríguez Bravo en la seva ponència al Congrés Internacional "Comunicación, Universidad y Sociedad del Conocimiento" a Salamanca (RODRÍGUEZ: 2002, p.1).

cartesianament i reduir la música, en un inici, a les seves evidències més fefaents i indiscutibles. La nostra guia serà la comunicologia, però sense una aplicació concreta, sense estendre-la a l'àmbit de l'acte comunicatiu; de moment, només ens fa servei com a compilador teòric.

Per tant, cal minimitzar la música a la seva essència. La natura musical és acústica, relativa al so. La matèria primera de la música són els sons¹³¹. Segons Antonio Calvo-Manzano, el so es pot definir com “tot agent físic que impressiona el sentit de l'oïda” (CALVO-MANZANO: 1991, p.18). Seria, però, un error centrar l'ànima musical novament en una sola direcció. Perceptivament, és així, sense discussions. Però la percepció ja implica comunicació –almenys en el sentit més mecànic referent a la transmissió de senyals– i la definició de música hauria d'estar per sobre de la comunicació: la música pot ser un element del procés comunicatiu, però no és únicament un procés comunicatiu; la música pot comunicar, però no té només la voluntat de comunicar¹³².

Calvo-Manzano complementa la seva definició afegint que, des d'un vessant més tècnic, el so seria “la sensació experimentada quan arriben a l'oïda ones produïdes per determinats moviments vibratoris”(CALVO-MANZANO: 1991, p.19)¹³³. L'autor vincula el so amb una sensació experimentada pel sentit de l'oïda. Semblaria esmentar que la música sense so no es pot experimentar. Però no és així. Per tant, de la precisió feta per Calvo-Manzano sorgeixen ja algunes

¹³¹ No entrarem a comparar la música com un *art exclusivament sonor* ja que hi ha altres arts que també en fan ús dels sons (teatre, poesia, cinema), malgrat que no com a matèria primera i base. Més que res, eludim aquest terme perquè això ja implicaria catalogar la música amb una única possible existència com a art. La música també pot ser *no-art*.

¹³² Mary Louise Serafine introdueix l'aspecte comunicatiu de la música comentant que “potser, la música és més com la literatura que com el llenguatge, i aquest darrer, però no la literatura, té la comunicació com a *raison d'être*” (SERAFINE: 1988, p.16). Cal valorar també el sorgiment ancestral de la música: va aparèixer en la seva forma més simple i espontània inicialment com a comunicació? Era una expressió/experimentació personal més que no pas una comunicació a un receptor? Era comunicació intrapersonal? Aquestes preguntes difícils de respondre fan valorar la importància del component comunicatiu en la música.

¹³³ Amb més detall, Calvo-Manzano descriu el procés de recepció acústica: “El so es produeix per vibracions dels cossos. Aquesta vibració transmesa per un mitjà material en forma de moviment ondulatori, penetra per un pavelló de l'orella i fa vibrar la membrana del timpà. Transmesa aquesta vibració, per la cadena d'ossos de l'oïda mitjana a l'interna, impressiona el nervi acústic, experimentant-se la sensació sonora” (CALVO-MANZANO: 1991, p.18).

contradiccions que ens revelen que el so, pròpiament, no seria la tan desitjada essència musical. Què passa llavors amb les persones sordes? Són incapaces de ser musicals, de sentir la música? Com expliquem llavors la producció de Beethoven durant la seva etapa de sordesa?¹³⁴

La música existeix en el silenci. Es pot crear i recordar música en silenci. Mary Louise Serafine, en el seu estudi sobre la música com a pensament, com un tipus específic de cognició, afirma que la majoria de la música s'esdevé, freqüentment, en “absència de so”¹³⁵. El debat sobre si aquesta música que produïm internament i en silenci és realment música o és només un record de la música no ens interessa, funcionalment, en el nostre plantejament actual ja que l'objectiu principal és buscar l'essència de la música: *¿on té la música la seva arrel, el seu origen?*, seria la qüestió. *¿Concebem un fenomen sonor com a música per les seves qualitats externes –físiques–, i objectivables o per la nostra assimilació cognitiva del fenomen?*¹³⁶

Serafine comenta que la música o el so poden “ser completament interns o imaginaris”, sense necessitat de respondre a la descodificació/interpretació d'un estímul sonor extern (SERAFINE: 1988, p.25). Al mateix temps, la definició de música com a so, diu Serafine, tan sols provoca la confusió de l'objecte d'estudi ja que la gran majoria de sons no són música.

¹³⁴ Donald J. Grout i Claude V. Palisca esmenten que cap el 1816 Beethoven es va veure forçat a acceptar el “silenciós món dels sons que només existien dins de la seva ment” (GROUT; PALISCA: 1990, p.653). Malgrat que el compositor ja havia experimentat els sons al llarg de la seva vida i es pugui argumentar el fet de recordar antigues percepcions sonores combinades amb la captació i distinció de vibracions –que Michael Chion anomena *covibracions* (CHION: 1999, p. 80)–, per a Beethoven, la nova creació musical consistent en crear nous patrons i combinacions era bàsicament cognitiva, deixant en obert l'estudi sobre el paper de la memòria i altres factors.

¹³⁵ Malgrat no estar d'acord amb la categoria conceptual “absència de so”, com explicarem en el capítol referent específicament al silenci, acceptem aquesta expressió de Serafine per la seva contundència contra l'arquetip musical i, al mateix temps, per emmarcar-la dins del procés perceptiu que veníem comentant: *absència de so* per a nosaltres seria *absència de percepció de so extern al nostre organisme mitjançant el sistema auditiu*.

¹³⁶ És més, és evident que podem recordar i recordar un tema musical percebut externament; però també podem crear música, de nova arrel, inventada, sense produir sons, només mentalment. Això ens podria fer girar el plantejament i pensar si no són realment els estímuls musicals exteriors els que són una còpia, una *memòria pública* de la primera gestació i invenció interna de l'autor.

El so, per tant, no pot significar l'essència musical, sempre que entenguem el so com a element físic dins d'un procés perceptiu. Però això no contradiu la nostra primera afirmació de la naturalesa acústica de la música. La matèria de la música és essencialment la combinació i estructuració de *relacions acústiques*. La paraula clau potser, aleshores, és *relacions*. Establir una relació implica endreçar, jerarquitzar, categoritzar individualment i col·lectiva els components. En certa manera, relacionar implica assumir un sistema¹³⁷.

Segons Michael Chion, “la successió de sons es percep”, en el cas de la música i també del llenguatge, “com si obeís a una certa estructura de conjunt, a una organització que reté de cada so uns valors; mentre que allò que no fa emergir una lògica interna és percep com una successió de sorolls” (CHION: 1999, p.223). Una *relació acústica* representa, per tant, un mapa dels sons, una escenificació dels sons que són música i que els entenem com a tal.

Aquesta representació –com a *presentació repetida*– pot ser perfectament mental, sense so. Malgrat el terme *acústiques*, que faria referència directa als sons percebuts, la idea *relacions* conceptualitza i abstruïu la sensació tan específica i ontològica que crea una combinació de sons, podent així aïllar i separar, si és necessari, aquesta sensació nerviosa-emocional de la seva font física i de la percepció. El mapa mental de sons, per tant, es pot concebre i elaborar en el mateix moment de la percepció; seria també simultani a aquesta. Però, alhora, amb la memorització i la seva integració com a pensament, també es pot retreure i representar posteriorment sense necessitat de la presència física del so.

Queda clar, llavors, que el terme *relacions* explícita el mapa en si mateix –el patró, el plànol– i no pas la presència física de vibracions sonores. L'esteta francès Charles Lalo, en referència a les funcions psicofisiològiques de la

¹³⁷ “Per a un sistema donat, l'entorn està constituït pel conjunt de tots els objectes que són tals que una variació en els seus atributs afecta el sistema i, de la mateixa forma, de tots els objectes els atributs dels quals poden ser afectats pel comportament del sistema” (BAYLON, C; MIGNOT, X.: 1996, p.73). Les característiques d'un sistema serien: la interacció, la interdependència i la retroalimentació.

música, observa una primera “sensació sonora”, composta de material brut, però que ja constitueix una “dada immediata de la consciència musical”. Posteriorment, es produeix la “percepció en forma estàtica” que seria el fet de prendre consciència d’una relació entre diverses sensacions, o el que seria el fet d’identificar i destriar l’estructura de les *relacions acústiques* en el moment de la percepció. Fora de la presència del so, Lalo detecta una “expressió psíquica”, en referència a “una ressonància mental resultant de les analogies que es fan entre certes estructures musicals i d’altres, sobretot afectives”; això concordaria amb el recordatori intern de les *relacions acústiques* anteriorment copsades¹³⁸. Recordatori de vibracions físiques, sí; però també acte cognitiu vinculat al recordar que potser, tanmateix, és el veritable origen de la concepció musical.

Serafine, precisament, centra la seva tesi en què la música és un tipus de cognició, és a dir, que aquestes *relacions* que apuntàvem són bàsicament processos cognitius, com ho pot ser el llenguatge, el sentit matemàtic, etc¹³⁹. La producció cognitiva de música concordaria amb el motiu pel qual se’ns queda sovint una melodia enganxosa al cap i ens veiem impotents per abandonar-la o per què els artistes sords poden seguir fent música, si ja han après o han interioritzat les relacions de sons que són música¹⁴⁰. Aquí entraria un altre factor clau: quines *relacions acústiques* –independentment de si sonen, és a dir, les percebem, o no– són música?

L’especificació d’aquest punt representarà un pas endavant en el nostre procés cartesià, des del més general –el so o la imatge del so– cap a un nivell més alt de concreció, referent a què és música –les *relacions acústiques* pròpiament musicals. Algunes *relacions acústiques* són música, d’altres, no. Caldria definir *relacions acústiques* com a conjunt de característiques que defineixen, identifiquen i classifiquen qualsevol fenomen sonor; seria equivalent al que Rodríguez Bravo anomena *forma sonora*¹⁴¹. Malgrat la suposada coincidència

¹³⁸ DE CANDÉ: 1982, p.21.

¹³⁹ SERAFINE: 1988, p.30 i ss.

¹⁴⁰ Serafine parla “d’imatges mentals de sons que s’esdevenen internament” (SERAFINE: 1988, p.70).

¹⁴¹ Rodríguez defineix *forma sonora* “com qualsevol so identificable i reconeixedor mitjançant alguna de les seves característiques acústiques” (RODRÍGUEZ: 1998, p.48).

de conceptes, la idea de *forma sonora* encara implica massa la percepció d'ones vibratòries, el fet de captar el so mitjançant l'oïda i, per tant, que vibri físicament dins de la nostra franja perceptiva de freqüències. Les *relacions acústiques* reproduïxen aquella *forma sonora* però, fins i tot, en absència d'estímul sonor extern. És a dir, recordar o imaginar el refilet d'un rossinyol, per exemple, seria establir un patró, un esquema entre sons, reproduïnt mentalment unes *relacions acústiques*.

Les *relacions acústiques*, queda clar, estan per sobre de la definició de música i tendeixen a classificar les estructures de sons en blocs molt més generals que les *formes sonores*. Per exemple, allò que és música té unes *relacions acústiques* estereotipades i generalitzades que fa que, tot i diferenciant els estils i/o gèneres musicals, puguem acordar que tant una cançó de rock, com un tema d'Scarlatti o una batucada de capoeira són música. Però també hi ha altres *relacions acústiques* que es refereixen i descriuen estructures de sons no musicals: sorolls, sons d'animals, llenguatge oral, etc.

Rodríguez comenta que “quan l'oient reconeix la font generadora del so [a través d'un mitjà audiovisual], el so deixa de ser un objecte sonor per passar a actuar en la ment del receptor com si fos la *font sonora mateixa* (...). Mitjançant la forma sonora */refilar d'ocells/* podem evocar en la ment de l'oient la sensació de presència d'un grup de petites aus, sense cap necessitat que aquestes estiguin presents en la realitat, sense necessitat tan sols que aquestes existeixin”¹⁴². A aquest fenomen, l'autor cita l'anomena *ens acústic*, definint-lo com “qualsevol forma sonora que havent estat separada de la font original, és reconeguda pel receptor com una font sonora concreta que està situada en algun lloc d'un espai sonor” (RODRÍGUEZ: 1998, p.48).

L'*ens acústic* de Rodríguez ja inclou un procés cognitiu que ha de permetre el que ell assumeix com a identificació i reconeixement i que implica, per tant, emmagatzematge d'un patró acústic per extreure'l i comparar-lo en el moment del reconeixement. L'autor complementa la idea dient que l'*ens acústic* “es

¹⁴² RODRIGUEZ: 1998, p.48.

tracta de sons aïllats que només estan vinculats a un objecte físic en el cervell del receptor”¹⁴³. Però en aquesta puntualització torna a aparèixer el concepte de so físic/perceptible que ja havíem superat. L'autor se centra excessivament en el procés comunicatiu amb l'esquema emissor-missatge-receptor, atès el context audiovisual de la seva anàlisi¹⁴⁴, i per això no concep un *ens acústic* sense un so percebut, encara que sí aïllat de la font original.

Prenem aquesta darrera idea i l'adaptem al principi d'independència de so emès/percebut que ja hem formulat: la reproducció mental d'unes *relacions acústiques* –per exemple, veure un dibuix d'un rossinyol i imaginar-nos-en cant– difereix amb l'*ens acústic* en què aquest explícitament exigeix l'existència de so i de percepció d'aquest so; les *relacions acústiques*, en canvi, es poden evocar en silenci¹⁴⁵. A més, les *relacions acústiques*, és a dir, el patró d'ordenament o caos d'un so, formen part de la constitució d'un *ens acústic*; són l'element que permeten identificar-lo, malgrat ens manqui conèixer quina és l'eina –el procés cognitiu específic– que produeix aquesta comparació/identificació.

Les *relacions acústiques* són, per tant, *acústico-conceptuals*, o el que és el mateix, referents a la cognició dels sons. Serafine explica l'existència d'uns processos cognitius genèrics i panestilístics¹⁴⁶, comuns a totes les cultures i estils, que serien equivalents a les normes que emprem o les característiques en què ens fixem a l'hora d'establir les *relacions acústiques* a les quals fem esment.

De tot el que hem exposat fins ara, per tant, podem deduir que:

¹⁴³ RODRÍGUEZ: 1988, p.49.

¹⁴⁴ Malgrat que la nostra anàlisi global també és referent a l'audiovisual i que posteriorment reprendrem les teories d'aquest autor, cal recordar que en aquest apartat seguim l'estratègia d'aïllar la música conceptualment, sense relacionar-la, ara per ara, funcionalment amb la imatge, ni tan sols amb el procés creatiu.

¹⁴⁵ Seria interessant investigar empíricament què és el que ens evoca el cant d'un rossinyol, quan apareix refilant en un audiovisual, la imatge o el so. És a dir, seria el so del cant reproduït a la banda sonora de l'audiovisual una redundància de la nostra evocació mental?

¹⁴⁶ L'autora també parla de processos estilístics específics per a cada estil (SERAFINE: 1988, p.39).

La música té la seva essència en la identificació i/o representació cognitiva d'unes determinades *relacions acústiques* que conformen unes característiques definitòries i particulars, exclusives del fet musical. Aquestes *relacions acústiques*, atès el seu caràcter cognitiu, no precisen de vibracions ondulatòries perceptibles –so– per a la seva experimentació físico-emocional a nivell individual¹⁴⁷.

Conseqüentment, la música com a fenomen global reuneix una sèrie de característiques que ens la fan identificar com a tal, discriminant-la d'altres sons o sorolls *no-música*, creant el mapa estàndard de les *relacions acústiques* de la idea de música¹⁴⁸. Cal fer notar, igualment, que per arribar a aquesta lleu concreció encara no hem al·ludit als factors més estereotipats de la filosofia de la música, com serien la seva relació amb la comunicació, si és art o no, quin tipus d'art és o si és llenguatge o no¹⁴⁹. Tot això, interessant i complex sense mesura, serien, al nostre entendre, qualificatius o matisos funcionals de la música com a element global. Deixar de banda aquestes reflexions, ara per ara, és del tot intencionat.

Les *relacions acústiques* dels sons que conformen música són un sistema. Els sons tenen interdependència entre ells: un sol so –entès també en tant que figurat mentalment– no és música; la música són varis sons i per tant són una agrupació de sons organitzats de certa manera, seguint una certa lògica o estratègia. Els sons interactuen entre ells: la sensació, l'emoció o, fins i tot, la

¹⁴⁷ Tanmateix, aquí apareix una paradoxa ja que, d'altra banda i independentment de tot allò que hem dit, només podem conceptualitzar, crear o imaginar sobre allò que prèviament hem percebut. Per tant, el món real segueix sent un referent per a la música, malgrat la seva cognició, i per tant, la percepció i el so perceptible són elements claus en la creació constantment i inconscient dels esquemes o patrons de les *relacions acústiques*. Aquest seria un altre camp a explorar: reflexionar sobre si la cognició musical és només una *recreació*, una repetició sempre a posteriori i que per la seva raó ontològica necessita d'una percepció acústica prèvia, que per a alguns autors seria l'única que anomenarien *música*. Sense entrar en detalls, i per avançar en el nostre objectiu, però, admitem que la cognició també permet la creació de noves formes mentalment.

¹⁴⁸ “La música no pot ser anomenada únicament agrupació de sons perquè el trànsit i els sorolls ambientals també són agrupacions de sons, però no els considerem música” (SERAFINE: 1988, 66). Tanmateix, que algunes agrupacions de sons no siguin música no impedeix, ni contradiu, que altres tipus d'agrupacions sí que puguin ser música. Potser indirectament, Serafine deixa entreveure que hi ha unes normes o característiques que diferencien unes agrupacions de les altres, i que no és el fet d'agrupar-se o no agrupar-se el factor diferencial entre la música i el soroll. Chion parla en aquest sentit de l'emergència perceptiva del sons tònic, com a característica estructurant de la música (CHION: 1999, p.225-243).

¹⁴⁹ Tendim a defensar, però, que la música sempre comunica en un nivell més o menys general i que, en canvi, pot ser o no art. La música, com ja s'ha afirmat anteriorment en aquesta investigació, abans de ser art és comunicació.

percepció canvia en funció del so anterior o del so simultani (i aquest nou so també modifica la idea de l'anterior). La retroalimentació és més difícil de concebre musicalment perquè estaria emmarcada en un diàleg lineal, temporal, però de la mateixa manera, una estructura posterior pot incloure elements anteriors.

Serafine distingeix dos tipus de processos cognitius genèrics bàsics en la identificació musical: els processos temporals i els processos no temporals (SERAFINE: 1988, p.74 i 79). Malgrat això, els processos no temporals definits per Serafine consten de repeticions, transformacions i altres operacions que, per necessitat de comparació amb un element anterior, també remetent a la temporalitat. Basant-nos en com es duen a terme les relacions de sistema (interdependència, interacció i retroalimentació) a la música i de l'aportació de Serafine, deduïm que l'element característic i estructural més important de la música és la seva temporalitat i linealitat; és a dir, una de les característiques de les *relacions acústiques musicals* seria la successió de sons. La música no és un fenomen de l'espai, sinó del temps.

Des de la posició d'haver definit ja la música com un sistema amb linealitat successòria de sons, hem de qüestionar, no obstant això, tres prejudicis normalment assumits o associats a aquesta temporalitat: els sons com a melodia, el caràcter efímer de la música i l'exclusivitat de la successió sonora acaparada per la música.

En primer lloc, cal fer notar que la referència a una successió de sons no indica cap necessitat de tons o sons d'alçades diferents. La concepció de la característica musical com a línia de tons és simplement fruit de la concepció etnocentrista i elitista de la música occidental. Una tamborinada en una tribu africana també és música i, en canvi, els tons potser no intervenen per a res¹⁵⁰.

¹⁵⁰ Evidentment el toc de tambors i una simfonia serien músiques molt diferents, però això ja és part del procés classificatori, i no del definitori, que és el que estem duent a terme. Igualment, la tamborinada pot incloure diferents timbres o alçades de sons, sense arribar a ser tòniques o alçades ben determinades.

Ernst Toch va més enllà i girant la truita afirma que “la línia d'alçades [els tons] sola no pot ser considerada de cap manera com a música, com a producte artístic. En canvi, el ritme sol, sense línia d'alçades, pot constituir en certs casos una forma d'expressió del més pujat valor artístic” (TOCH: 1985, p.174). Aquí, el musicòleg austríac introdueix un terme que hem estant evitant: l'art. Igualment, però, la seva reflexió es pot adoptar per al concepte música, despulat de la intenció artística. Uns sons irregulars o sense cap ritme, és a dir, coincidents en el temps, cosa que els faria simultanis, no ens remetent a la música. El ritme és l'ànima de la música i així corrobora la importància de la temporalitat, de la successió en el temps, que és, d'altra banda, l'ànima i l'essència del ritme. Per tant, la música pot no tenir melodia, però no serà música si no té ritme¹⁵¹.

L'existència de ritme determina llavors l'existència de música¹⁵². I, en aquest ritme, no són necessàries les variacions de freqüències (tons). Com podríem definir el ritme, doncs? Vincent d'Indy, segons la cita que en fa Roland de Candé, expressa el ritme com “l'ordre i la proporció en l'espai i el temps” (DE CANDÉ: 1982, p.166), definició senzilla però interessant, ja que no delimita el ritme exclusivament al canal acústic; també hi pot haver ritme visual¹⁵³. En el cas dels sons, l'ordre ve determinat per la linealitat temporal ja comentada: la successió. El ritme acústic, per tant, emfatitza l'altra qualitat, la proporció. D'Indy completa la seva acotació conceptual afegint que, més particularment, “el ritme és l'expressió del *temps musical*, en concordança amb el *temps psicològic* o el *temps fisiològic*, i sense mesura comuna amb el *temps del rellotge*”. Llavors, matisant l'anterior definició que havíem deduït, no tot ritme és música, ja que existeixen ritmes naturals o mecànics que no els interpretem com a música¹⁵⁴. Aprofundirem en el concepte de ritme més endavant, quan comentem els components de la música.

¹⁵¹ Un altra tema és que el ritme sigui més o menys irregular i, fins i tot, en algun moment sigui com indefinit. També seria una estratègia musical.

¹⁵² Segons Roland de Candé, “es pot pretendre que el ritme és essencialment l'atribut de la música, car aquesta no neix sinó quan els sons se succeeixen” (DE CANDÉ: 1982, p.166).

¹⁵³ Chion afirma contundentment que “el ritme és la dimensió transsensorial bàsica” (CHION: 1999, p.82).

¹⁵⁴ Per exemple, els tocs horaris d'un rellotge o la tremolor d'un martell pneumàtic (SERAFINE: 1988, p.66). També a PAHISSA: 1980, p.18.

El que seria, per tant, característic d'una *relació acústica* entesa com a música, seria una relació rítmica, cosa que implicaria un joc de reiteracions, variacions, tensions i resolucions de caràcter temporal; això és, un joc d'expectatives. El semiòleg i filòsof italià Umberto Eco, al seu llibre *La definición del arte. Lo que hoy llamamos arte, ¿ha sido y será siempre arte?*, recull una cita de Leonard B. Meyer que fa referència a les expectatives de l'oient. Segons Meyer, “el significat musical sorgeix quan una situació anterior, sol·licitant un judici sobre els modes probables de continuació del *pattern* musical, produeix incertesa sobre la natura tonal de la continuació esperada”¹⁵⁵. Sense tenir en compte ara per ara els conceptes de significat musical i de tonalitat, aspectes que encara no hem tractat, Meyer ja configura la idiosincràsia musical com alguna cosa determinada per les expectatives, per un *pattern* (patró, model, mostra). Si una de les característiques de la música és el seu desplegament temporal, l'existència del temps com a via i com a essència, parafrasejant Adorno, és també una de les característiques de l'ésser humà: la seva linealitat i la seva manca de previsió o de coneixement del futur. Aquest no conèixer allò que vindrà és el que crea l'interès a través de les expectatives que no són més que especulacions imaginatives sobre les probabilitats de l'esdevenidor.

Per tant, una de les condicions de les expectatives és que siguin possibles i alhora variades; és a dir, és música allò que juga i es crea amb les variacions, repeticions i sorpreses sobre patrons de sons successius. Aquests patrons, Serafine els anomena “grups organitzats d'esdeveniments temporals”¹⁵⁶. Evidentment, d'aquesta definició queden exclosos els tocs de campanes, per exemple, totalment previsibles i sistematitzats; o, en el cas contrari, els sons d'una tempesta, totalment imprevisibles i irregulars.

En segon lloc, disposem del tòpic de la música com a element¹⁵⁷ efímer. Aquesta suposició, sempre lligada al caràcter no visible i no permanent dels sons físics, pretén concebre la música com allò que no dura, allò que apareix i

¹⁵⁵ MEYER, L.B. *Emotion and Meaning in Music*. Chicago: The University of Chicago Press, 1956, citat per Umberto Eco (ECO, U. *La definición del arte. Lo que hoy llamamos arte, ¿ha sido y será siempre arte?* Barcelona: Ediciones Martínez Roca, 1990, p.182).

¹⁵⁶ SERAFINE: 1988, p.69.

¹⁵⁷ De moment no la concretem com a art, producció, expressió, etc.

desapareix seguidament. Tanmateix, d'acord amb la identificació de la música concretament, i dels sons en general, com a *relacions acústiques*, podríem contradir aquesta idea d'efímer afirmant que, en realitat, el que desapareix és la presència física de sons i la seva percepció fisiològica; però, com que ja hem manifestat que la música no és tan sols els seus sons físics i que subsisteix cognitivament més enllà d'aquests, el caràcter efímer no té raó de ser¹⁵⁸.

L'enunciació correcta seria: la música és immaterial i la seva percepció és linealment simultània¹⁵⁹. Tota percepció és efímera ja que l'home és en si mateix efímer i temporalment lineal –ja que no podem créixer enrere i, ara per ara, tan sols podem percebre el moment present, l'immediat. Per tant, la qualitat d'efímer, referida a la percepció, no pot ser exclusiva de la música. La percepció temporal-lineal tampoc ho és. El teatre, el cinema, la poesia i la dansa, per exemple, també són fenòmens temporals que l'espectador percep linealment i estricta en cada instant immediat successori. També, llavors, prenen l'absolut protagonisme de la música quant a successió.

Però tornant al tema del que és efímer, la música en aquest punt s'alinea amb aquelles expressions humanes en les quals la forma en què es materialitza o es presenta la creació (partitura, llibret, poema, cinta de cinema) és diferent de la representació que rep el receptor col·lectiu (concert, actuació, recital, projecció) i, fins i tot, d'aquella forma que rep el receptor individual, directament de la font original del creador (lectura musical, lectura i visionat, respectivament)¹⁶⁰. En el marc dels suports tecnològics¹⁶¹, la música és tan estable o permanent com ho poden ser la pintura o l'escultura¹⁶². I, en el cas de la recepció i de la descodificació, la transformació en matèria emocional i/o

¹⁵⁸ Novament entra en joc on focalitzem el concepte de música. Si l'essència és en la vibració física, evidentment aquesta desapareix. Si l'essència està en els patrons cognitius preconcebuts que ens fan identificar, d'entre tots els sons, uns que són música, aquest patró o mapa no desapareix, és fix a la nostra ment.

¹⁵⁹ Theodor W. Adorno considera la música totalment separada o aïllada del món dels objectes, el qual és “determinat visualment i conceptual” (ADORNO: 2000, p.68).

¹⁶⁰ En els casos de la pintura i l'escultura, per exemple, l'obra final de l'artista és la mateixa amb què interactua l'espectador, individualment o col·lectiva.

¹⁶¹ En un sentit antropològic ampli, on el llibre també en seria un.

¹⁶² Chion no hi està d'acord i creu que el so fixat es repetible, observable, nou i totalment diferent del so *in situ*, o del so captat (CHION: 1999, p.254).

intel·lectual, també en el cas de la pintura, per exemple, és efímera ja que si entenem que l'experiència estètica és irrepètible, és a dir, que sempre serà una experiència nova, llavors també la pintura ofereix noves visions a cada moment (TRESSERRAS: 1997, p.16).

Cal concloure, per tant, que l'aplicació del caràcter efímer és sovint erròniament atorgada a la música quan en realitat s'està referint al suport físic de la música, el so, o, en el millor dels casos, a l'acte d'externalització de la música, és a dir, la seva interpretació¹⁶³. En la definició de la música com a element efímer, o bé la referència no és exacta (referint-se al material o procés de la música) o bé el concepte de música no s'ajusta al que proposem en aquest capítol, amb una importància cabdal de la configuració cognitiva, en certa manera atemporal.

Més que efímera, aleshores, seria més apropiat dotar la música d'una essència d'expectativa, que sintetitza el caràcter successori de la seva matèria primera, la linealitat, i la importància de la memòria i la imaginació en la seva experimentació. Així, com diu Serafine, “la principal característica de la música és el seu moviment en el temps” (SERAFINE: 1988, p.69), més que la seva desaparició en el temps –el fet de ser o no efímera, ja que una cosa no implica l'altra, filosòficament. Adorno afegeix que “sense el temps no hi ha cap tipus de simultaneïtat” (ADORNO: 2000, p.46), exaltació del temps que també implica que, al nostre parer i parafrasejant el mestre, sense el temps, tampoc no existeix cap tipus de successió.

Igualment, l'aspecte successori ni és exclusiu ni, per tant, pot ser l'essència i explicació ontològica de la música per si mateixa, ja que és compartit per altres fenòmens. Ni tan sols la successió de sons: què passa, llavors, amb la poesia,

¹⁶³ Només com a comentari puntual, malgrat que qui recrea música fa una tasca d'interpret –ja que tradueix les relacions cognitives acústiques que ja té internament a sons físics que poden ser audibles per tercers–, més que interpretacions, que implica que l'extracció de significat d'aquelles relacions és una novetat quan no té perquè ser així, seria més apropiat el terme *traduccions* o *externalitzacions musicals*. La *interpretació*, però, és un terme tan arrelat i assumit que tampoc no pretenem ni gosem proposar-ne el canvi, tan sols fer notar aquesta curiosa deformació semàntica.

per exemple, que en ser recitada és també sons i successió dels mateixos? L'explicació, més complexa ja que implica apropar-nos al tema del significat, és que el “valor” o “l'atracció” de la música està en els mateixos sons, mentre que en la poesia o altres expressions de sons en successió –cinema, teatre, llenguatge– la màxima atenció o motivació, fins i tot estètica, prové del significat dels sons, és a dir, del referent a què apunten els sons com a significant. Els sons, en la música, són objecte referent i significant al mateix temps. Com diu Adorno, “la música és lliure de qualsevol vincle amb els objectes: l'oïda no percep les coses” (ADORNO: 2000, p.62). El so pur, a la música, és significat i significant alhora, ja que la música tendeix a “la unitat absoluta de cosa i signe”¹⁶⁴. Aquesta característica fa que la música, segons el pensador de l'Escola de Frankfurt, sigui sempre enigmàtica.

Aquest punt de concreció encara no és suficient perquè, assumint tot el que s'ha expressat, una estructura de grups de sons organitzats –dins la idea de Serafine del so com a imatge mental de so–, amb variacions, seria música i, en canvi, un cicle més o menys regular com els sons d'una locomotora de carbó o d'una màquina tèxtil, també s'acollirien a aquesta definició. Les estructures reconeixedores i, sobretot, remembrables són condicions indispensables de la música¹⁶⁵. Però no són l'única condició, ja que d'altres esdeveniments sonors també les contenen.

Caldria puntualitzar llavors que la música és una categorització humana, de l'ésser humà, però que no és exclusiva de l'home, ni en la recepció ni en la creació. La complexitat augmenta, perquè allò que anomenem música varia segons la perspectiva de qui l'estudia: per alguns autors, la música comercial no és ni tan sols digna del títol de música! O tampoc ho seria l'expressió de qui canta a la dutxa o qui pica un ritme amb els dits sobre la taula. Però, cenyint-nos a la hipòtesi que la racionalització abstracta és pròpia dels éssers humans i

¹⁶⁴ ADORNO: 2000, p.70.

¹⁶⁵ La música aleatòria, encara que en unitats o fragments més curts, també és memoritzable i identificable.

entenen la música com un tipus de pensament, com un procés cognitiu¹⁶⁶, la capacitat d'atorgar la categoria de música –col·loquialment, d'*etiquetar* quelcom com a música– correspondria tan sols als humans. Això no vol dir que els animals no puguin arribar a distingir la música d'un altre fenomen sonor; sinó que ells aprendran les característiques de la forma sonora, perceptives, mentre que l'home pot distingir, identificar, memoritzar, crear, recrear, i retreure aquelles combinacions de sons, és a dir, les *relacions acústiques* cognitives. Els animals poden distingir una forma sonora com a música però no poden descodificar aquesta música i valorar-ne l'estructura o forma interna¹⁶⁷. Això, tanmateix, és una arma de doble tall ja que potser l'home només percep, dins la categoria de música, el que fisiològicament i intel·lectual està preparat per percebre. Pahissa ho expressa més profundament quan diu que “la ment humana només pot construir imatges basant-se en realitats, i no pot concebre idees que no estiguin constituïdes segons el mode de ser de la nostra organització espiritual” (PAHISSA: 1980, 34). Allà on diu espiritual, llegim-hi també perceptiva o dels sentits.

Generalment, s'accepta el terme *música* relacionant-lo amb una creació o expressió humana¹⁶⁸. Si bé els ocells no “canten”, i evitant jocs i metàfores lingüístiques, encara que només emetin sons, el que ens interessa és perquè aquests sons sovint ens semblen música (o els acceptem com a música i els vinculem a un acte musical com el “cant”). Més que qui emet els sons que considerem música, volem entendre què és allò inherent i ontològic en els sons que classifiquem com a música, allò que els fa musicals. Per tant, des de la perspectiva perceptiva i cognitiva, sense cap justificació artística o creadora, només són música els sons combinats per l'home perquè només l'home ha establert, inconscientment i col·lectiva, al llarg del temps, què és la música.

¹⁶⁶ Per a Serafine, el terme pensament musical està per sobre del de música. Pensament musical seria “l'activitat auditiva-cognitiva humana que resulta de l'exposició a un treball artístic que incorpora grups d'esdeveniments temporals organitzats i finits descrits en so”(SERAFINE: 1988, p.69).

¹⁶⁷ Podrien distingir dues músiques diferents? O dos estils diferents? Reconèixer una repetició musical?

¹⁶⁸ RADIGALES: 2002, p. 25 i 31.

Aquesta perspectiva vol dir que: *a)* No totes les combinacions humanes de sons són música; n'hi poden haver que no s'ajustin als requeriments cognitius musicals; *b)* Hi poden haver expressions sonores que sense ser humanes s'apropin als patrons de musicalitat; *c)* La música no té perquè ser art; qualsevol expressió quotidiana, banal i espontània també és música, sempre que respecti els patrons cognitius establerts per a la categoria música¹⁶⁹.

Així, podem distingir entre música, com a creació, expressió i identificació per part de l'ésser humà, i *musicalitat*, com a fenomen que no procedeix de la humanitat però que reuneix o coincideix amb aspectes de la cognició musical humana i, per tant, només assoleix una certa identificació o relació musical per part de l'home. Unes onades del mar, regulars i cícliques, amb petites variacions en el seu moviment, no són música però sí que produeixen un efecte de *musicalitat* i com a tal han estat recreades o imitades en múltiples invencions musicals¹⁷⁰.

L'existència de la *musicalitat*, aliena a qualsevol manipulació de la matèria sonora per part de l'home, confirma en certa manera que regim la nostra percepció i reconeixement de la música per uns patrons sonors cognitius. Serafine afirma que “la música sorgeix del nucli central de processos cognitius comuns a les tres activitats, compondre, interpretar i escoltar”¹⁷¹. És a dir, que el fet de crear –compondre– i escoltar, i també interpretar segons l'autora, comparteixen uns processos cognitius o una sèrie de patrons identificatius que intervenen en aquests processos –les nostres *relacions acústiques*. Per tant, “els patrons, relacions i organitzacions que reclamem veure *en la música* han de ser compresos també pels oients, sinó ells no contarien com a testimonis de cognicions musicals *reals*”, completa Serafine (SERAFINE: 1988, p.6).

¹⁶⁹ El cas contrari seria limitar la música a un acte previ de reflexió creativa, sense entendre com a música l'expressió espontània i directa.

¹⁷⁰ Hi ha, per exemple, tot el gènere de l'havanera per corroborar aquesta transacció rítmica.

¹⁷¹ “Això no vol dir que aquestes activitats siguin cognitivament idèntiques en tots els aspectes”, matisa l'autora; “al contrari, cadascuna empra processos únics en ella. Però compondre, interpretar i escoltar comparteixen alguns processos cognitius sobreposats, o l'obra d'art no podria existir per molt temps” (SERAFINE: 1988, p.6).

I, al mateix temps, d'aquestes premisses deduiríem que “els processos que assegurem haver descobert *en el cap* (bàsicament a través d'experiments de percepció) han de ser també testimonis de com és de fet la música, avui en dia i en altres temps” (SERAFINE: 1988, p.6). En altres paraules, tal i com percebem, concebem i interpretem cognitivament la música, així és com és la música per a nosaltres, ja que, en definitiva, com a agents racionals, som els únics que delimitem i etiquetem conceptualment el nostre entorn. Aquest punt, de fet, ens retorna més a ‘com classifiquem’ que no pas als materials bruts ‘d’allò que classifiquem’; si canviéssim la forma de percebre, concebre i interpretar cognitivament, potser la música, llavors, seria una altra cosa.

Segons Serafine, en la teoria general de la música, per tal d'indagar què és la música i d'on prové, s'han de tenir en compte els elements següents:

- Universalitat: La música és universal en dos sentits. Totes les cultures tenen la seva música i tots els éssers humans, en un nivell bàsic o en un altre nivell, tenen coneixement de la música, podent distingir la seva de les altres¹⁷².
- Diversitat: Hi ha molts tipus de música, per èpoques, per estils, i molts d'ells conviuen dins d'una mateixa cultura. Les cultures poden ser *multiestilístiques*, parlant musicalment (SERAFINE: 1988, p. 4).
- Canvi: Qualsevol estil musical canvia, desenvolupant-se en el temps, fins que ell mateix esdevé obsolet¹⁷³.
- Adquisició: Els nens que aprenen música sorprenentment ja disposen d'uns coneixements bàsics i definitoris per a la música com, per exemple, què és el que compta en l'ordre de la música, què és el que fa una melodia similar o diferent, quins elements s'han d'atendre i quins no (SERAFINE: 1988, p.5).

¹⁷² En un sentit antropològic i cultural, és a dir, podent distingir la música de la seva cultura (SERAFINE: 1988, p.1-2). Tanmateix, això no vol dir que la música sigui un llenguatge universal o que es pugui descodificar amb els mateixos paràmetres arreu. La mateixa autora fa èmfasi en el concepte de comunitats musicals, indicant que la interpretació de la música va vinculada al context cultural. Aquesta universalitat, per tant, es pot entendre en un sentit d'existència, més que no pas en el sentit de compartir qualitats homogènies i fàcilment transferibles interculturalment.

¹⁷³ En aquest cas, la referència al temps és al temps històric, a la Història o l'evolució de la mateixa Humanitat (SERAFINE: 1988, p.4-5).

Tots aquests aspectes citats per l'acadèmica nord-americana són fàcilment entesos i admesos per a la música més primitiva o més espontània, si es prefereix aquest darrer terme. En el marc indicat i delimitat per aquestes observacions, extretes d'un experiment empíric amb nens, hi cap tant una simfonia de Beethoven com un xiulet a la dutxa, inventat, ingenu i sense prèvia planificació intel·lectual¹⁷⁴.

Ara ja, novament, podríem definir la música afegint-li les noves aportacions. Per tant, amb tot el que s'ha expressat fins aquí, la música sota el nostre enfocament seria:

La cognició basada en unes determinades *relacions acústiques* desplegades en el temps. Aquestes *relacions acústiques*, específicament, estan compostes d'estructures rítmiques i, de vegades, de sons amb variacions d'alçada tonal, reconeixedorss i remembrables, desenvolupades successivament amb els mecanismes de repetició, variació i sorpresa, creant sempre una expectativa de resolució possible. A causa de la necessitat de la identificació i del retrobament de les *relacions acústiques*, cognitivament, aquestes han de ser creades per l'ésser humà.

Hem pretès que quedés clar que l'exclusivitat humana de la música és per un motiu psicoacústic i de fisiologia de l'aparell cognitiu més que no pas per una obligatorietat artística o expressiva de la música com a concepte. Per a nosaltres, la música pot ser no artística i, encara que creiem que sempre és expressiva, aquesta no és una qualitat únicament humana. La *musicalitat* seria l'exemple de la captació dels patrons cognitius en productes sonors no humans. Igualment, però, sense aquesta acotació a l'àmbit de l'*Homo sapiens sapiens* hi segueixen havent multitud de fenòmens que compleixen les característiques esmentades –sorolls cíclics, brams d'animals, etc.– De moment, és només la qualitat humana la que diferencia la música¹⁷⁵.

¹⁷⁴ Ja que, com diu Adorno, la música és un fet social, l'espontaneïtat de xiular a la dutxa també inclourà la tradició sociocultural a la forma musical incipient, encara que sigui inconscientment per part de l'executor (ADORNO: 2000, p.15). Però aquesta vinculació cultural és simplement estilística i no afecta en res a la pragmàtica de l'acte musical, i molt menys a la intencionalitat i motivació intrínseca del mateix. La dutxa de casa, per a la música com a cognició, és un escenari tan digne i eficient com el Gran Teatre del Liceu.

¹⁷⁵ Això és quasi com no diferenciar-la ja que no trobem amb què negar-la, amb què compararla. Igualment, ¿existiria doncs una *música no humana*, la qual, per no ser-ho, no podem percebre o entendre?

L'art vindria després. El que anomenem *art musical* seria la utilització d'aquesta cognició per elaborar experiències musicals intencionadament i deliberada amb la finalitat d'expressar quelcom a tercers d'acord amb una determinada sensibilitat i cultura. Amb això, no volem dir que les altres músiques que no considerem art no expressin, sinó que aquesta expressió no és intencionalment planificada o resta en un àmbit més personal o intern.

3.2. Música i comunicació

Una de les teories més esteses i treballades sobre la música és la que considera aquesta com a comunicació. La majoria d'aportacions teòriques tracten la música com a fruit de la comunicació humana, genèricament (SERAFINE: 1988, p.12). Aquest punt de vista es pot diversificar bastant ja que podríem precisar si la música comunica o no, què comunica –aspecte central de la nostra tesi–, com ho comunica i, per tant, si la música és el missatge comunicat o bé simplement el canal de comunicació.

¿Comunica, la música? La primera dificultat és entendre i delimitar l'acció 'comunicar', que també pot ser ben variada per a més complexitat. El paradigma clàssic de la comunicació, basat en la teoria lingüística *saussuriana*, presenta la comunicació com un intercanvi d'informació entre un emissor i un receptor mitjançant un missatge, que es divideix al mateix temps en suport físic o perceptible –el significat– i el contingut conceptual, referent del món real, o abstracte que es transmet –el significat (BAYLON; MIGNOT.: 1996, p.19).

Aquest paradigma, però, resulta ineficaç en aplicar-lo sense matisacions al cas musical, ja que, per exemple, la música no té perquè comunicar conceptes concrets o abstractes i, ni tan sols allò que comuniqui ha d'estar representat i figurat al món real¹⁷⁶. Cal, per tant, ampliar la cobertura del terme *comunicació*

¹⁷⁶ “El missatge no sempre es basa en concrecions, sinó que pot presentar-se sota forma de codis més o menys ocults desxifrats pel receptor/oient” (RADIGALES: 2002, p.36). Cal distingir la identificació de la música com a comunicació –com una essència comunicativa_ de l'aplicació de paradigmes teòrics al seu estudi. En aquest cas, cal contemplar una visió ampla i

i estendre'n l'abast fins al concepte d'informació. La informació, concepte que s'obté del vessant més matemàtic i estadístic de la comunicació, pot trobar-se no només en el significant *saussurià* sinó també en el canal, la forma del significant, el codi, etc. La funció de l'emissor en la música és, per essència, abstracta (RADIGALES: 2002, p.36). I en certa manera ambigua: Qui és l'emissor? El compositor, l'intèrpret, la font sonora com un reproductor de CDs? Per això, el paradigma de la informació –que introdueix els elements de *font d'informació* i *transmissor* en substitució de l'emissor¹⁷⁷– facilita la reducció de l'anàlisi a l'acte presencial comunicatiu (quan assistim a un concert, quan cantem, quan escoltem un vídeo); aquesta delimitació no obliga a prescindir de la figura de l'emissor/creador, que roman vinculat pel procés de codificació del missatge.

La informació, llavors, es pot estendre a altres components del procés comunicatiu. L'elecció del canal ens aporta informació: no és el mateix una cançó sentida, que la mateixa peça escrita en grafia musical o, fins i tot, la mateixa melodia recordada internament, cognitivament. Factors no exclusius de la música, com el volum, també aporten informació contextual i referencial: si la font sonora està molt lluny o molt a prop i el seu posicionament direccional i espacial respecte a l'oient (RODRÍGUEZ: 1998, p.220-221). I el timbre: si sentim un veí que toca una melodia amb un saxòfon, a part de la debatuda comunicació explícitament musical, la informació que rebem és que “aquest veí té –al menys, ara mateix– un saxòfon”, per si encara no ho sabíem.

Aquests trets comunicatius s'emmarquen dins de la categoria de signes d'indexació: la seva existència és directament relacionada amb el fenomen o objecte del qual aporten informació (el volum amb la distància, el pentagrama amb el paper imprès, la melodia que sentim amb la presència d'una font sonora, el timbre amb el saxòfon existent) i només es refereixen a aquell

flexible d'elements com el missatge, el receptor i l'emissor, ja que en el cas musical aquests components tenen diferències considerables.

¹⁷⁷ BAYLON; MINGON.: 1996, p.47.

fenomen, situació o objecte específic¹⁷⁸. És clar, a més a més, que aquests signes no formen part de la creativitat d'un emissor, és a dir, no són elements que un creador de música es plantegi en el moment de fer música, sinó que són aspectes inherents i inevitables de l'acció sonora, en aquest cas, musical. Seria un nivell de reconeixement absolutament comú i generalitzat per a tot ésser humà, condicionat pels interessos de supervivència i desenvolupament vital també comuns a tota l'espècie humana (RODRÍGUEZ: 1998, p.204).

Per tant, és provat que, com a mínim en un nivell de subsistència bàsic, la música comunica. La música, en el seu estadi més primari i espontani, és comunicació. És clar, també, que en aquest nivell la música queda emmarcada i engolida per la categoria més general de so¹⁷⁹, ja que no hi ha cap diferència dels tipus o resultats comunicatius amb qualsevol altre fenomen acústic. Cal recordar, no obstant això, que la música també es podria produir en absència de so i que, per tant, aquests factors comunicatius atribuïts no són ni definitoris ni exclusius de la música¹⁸⁰. Aquests exemples tan sols ens han servit, com si analitzem una petita part del fenomen musical –aquella part produïda amb percepció de so–, com a metodologia per poder afirmar i justificar lògicament que sí, que la música comunica, com a mínim a aquest nivell ample i ambigu.

La música, però, no es pot tractar ni entendre únicament com a comunicació o com a producte derivat de l'acció comunicativa, almenys en el sentit clàssic de transacció d'un missatge d'emissor a receptor. El fenomen musical és molt més complex i, d'entrada, apareixen certes confusions que advoquen per un tracte conceptual més ampli per a la música. Serafine, per exemple, esmenta que el suposat element que comunica un compositor o un intèrpret, a més de ser

¹⁷⁸ Segons Charles Morris, “en la mesura que un sol signe pot denotar únicament un sol objecte, aquest té l'estatus d'un índex” (MORRIS: 1994, p.49). En el pla acústic, Chion afirma que “qualsevol so (...) contraprojecta (podríem dir) la consciència, o la representació, d'una causa –de la qual no seria més que la seva emanació, més que la seva ombra (ja que es diu que un objecte projecta una ombra)–, una causa que pot no tenir res a veure amb la seva causa real” (CHION: 1999, p.260-261).

¹⁷⁹ I encara més difuminada –injustament i incoherent– en la categoria de percepcions, no només sonores, quan ja hem acceptat que la música es pot produir sense un estímul extern.

¹⁸⁰ Com explica Serafine, “el so musical (...) sorgeix més com a conseqüència o derivat del pensament musical que no pas de l'estímul o de la matèria primera amb què treballa [els sons]” (SERAFINE: 1988, p.25).

abstracte i general, no podrà ser mai el mateix element que rebí el receptor, ja que les reaccions d'un conjunt d'oients davant d'una mateixa música són diverses i variades (SERAFINE: 1988, p.12-14).

L'autora nord-americana acaba proposant la idea d'*expressivitat*, com a tret de la música, però que resta sempre vinculat a la interpretació final del receptor i, consegüentment, al seu bagatge cultural¹⁸¹. L'*expressivitat*, igualment, és una prova de comunicació. Concloent aquest punt, Eco afirma que “una estructura comunicativa és un tipus de resposta emotivo-intel·lectual” (ECO: 1990, p.167), cosa que ens pot portar a deduir que: primer, la cognició no està en contradicció amb la comunicació; segon, la intel·lectualitat ofereix una acotació humana del fenomen; i, tercer, que el suposat caràcter general i expressiu de la música no seria cap impediment per considerar-la comunicació. Allò que comunica i com ho comunica, pregunta destacada d'aquesta investigació centrada en el silenci, serà tractat en un proper capítol destinat específicament a aquest propòsit.

A més, la natura de la música és *descontextualitzada*. La creació de música es basa en l'alteració dels estats habituals dels objectes o entorn: és a dir, a diferència del color o la forma, categories que pertanyen i són incloses en la definició dels elements, el so i la música són provocats. Els objectes no tenen música, sinó que fan música –després de ser activats o manipulats per l'ésser humà. Chion recull aquesta idea destacant que “la matèria sonora de la música tradicional” –llegeix-hi, música occidental– es distingeix del so no musical, del de la realitat, molt més clarament del que la matèria de les obres pictòriques – formes, substàncies, colors– es distingeixen del món visible” (CHION: 1999, p.229).

Per la seva banda, Adorno diu que la música es diferenciaria del llenguatge en el fet que la música no coneix el concepte; malgrat això, el filòsof admet que la música també evita l'abstracció per la força del context, però matisant que "la

¹⁸¹ Citant a Kivy, Serafine apunta que la música més que *expressar* és *expressiva* de certes emocions. Suzanne Langer, també recollida per Serafine, matisa que la música tan sols és *generalment expressiva* (SERAFINE: 1988, p.14).

identitat dels conceptes musicals es troba en la seva pròpia existència, i no en la d'allò a què es refereixen", atesa la manca d'un referent específic (ADORNO: 2000, p.26). La música es desvincula de l'entorn més específic i arrela en el més abstracte, imaginatiu i subjectiu. Pahissa ho expressa comentant que "per a la inspiració musical són més pròpies les emocions de caràcter subjectiu que les provinents d'impressions exteriors. La contemplació plàcida de les visions de la natura no excitaran tant la creació musical com els afectes de l'ànima i el combat de les passions" (PAHISSA: 1980, p.30).

Un segon element de *descontextualització*, sobretot en la música occidental, sol ser l'existència d'una separació física i/o temporal de l'acte de creació musical i la seva recepció per part de l'oient: salvant poques excepcions d'improvisació, la majoria de músiques han estat composades prèviament, fins i tot, per persones diferents que els intèrprets. Aquest transvasament musical de persona a persona ha d'influir en la capacitat i qualitat de la comunicació que pot exercir la música. Encara més, avui dia intervé la fixació i distribució en un suport físic que també fomenta el fenomen de l'*acusmatització*, és a dir, la separació i la no-observació de la font sonora original del so que finalment rebem (RODRÍGUEZ: 1998, p.36). La comunicació musical, per tant, no és directa i única, inconfusible, sinó que resta molt oberta a la interpretació de l'oient.

Hi ha, però, dos trets que ja han estat implícitament resolts: la comunicació és humana i per comunicar, no cal ser art. El primer cas s'acull a la teoria que l'home capta i, per tant, processa allò que fisiològicament i psicològicament està preparat per captar i processar¹⁸². El cas dels ultrasons o dels raigs infrarojos, que no poden ser percebuts per l'ésser humà, però sí en canvi per algunes espècies animals, són un exemple il·lustratiu: existeixen, però no estan inclosos en el concepte de so, o més agudament, melodia, ni en el concepte de color o tonalitat (visual).

¹⁸² Rodríguez afirma que "només podem obtenir una concepció complerta de la realitat exterior mitjançant la percepció simultània complementària i coherent de tots els nostres sentits. Tota l'estructuració del nostre saber perceptiu respon sistemàticament a aquesta lògica perquè és la que ens permet interpretar el món" (RODRÍGUEZ: 1998, p.211).

John Blacking amplia aquesta idea dient que “la creació i la interpretació de bona part de la música són generades en primer lloc, i sobretot, per la capacitat humana de descobrir estructures sonores i d’identificar-les en ocasions posteriors. Sense processos biològics de percepció auditiva” –continua l’antropòleg– “i sense un acord cultural, si més no entre alguns individus, sobre això que es percep, no hi pot haver ni música ni comunicació musical” (BLACKING: 1994, p.29). Per tant, la noció de música, o com diu Blacking d’*ordre sonor*, ha d’estar prèviament assumida cognitivament i intel·lectual abans que es manifesti exteriorment¹⁸³.

Conceptualment ja hauríem definit la música com a fenomen humà, acotat i, de fet, etiquetat per l’home, llavors. D’acord amb això, la comunicació musical que pugui rebre l’ésser humà, llavors, es troba dins dels paràmetres que la seva pròpia conceptualització de la música (definició, restricció, exclusió) li permet i, per una altra banda, aquesta conceptualització ve condicionada per les capacitats d’interrelació amb el món que l’home posseeix, això és, la seva natura ontològica¹⁸⁴. Pahissa ho expressava més poèticament i dràstica en assegurar que “quan parlem de música ens referim a aquella que l’home concep amb la seva ment i percep amb la seva oïda, aquella que la seva inspiració li dicta i la seva mà fixa, i que s’expressa pels instruments que ell inventa i toca o pel do diví de la seva pròpia veu” (PAHISSA: 1980, p.69).

La qualitat d’*humana* ofereix a la música un nou compromís o tret, tampoc no exclusiu d’ella. Seria el fet de representar les característiques de l’organització social que l’acull a través de les seves pròpies característiques musicals. Per a Blacking, és clar que la música no tan sols representa la societat, sinó que aquesta mateixa condiona i influeix definitivament en la música: “molts dels processos essencials de la música, si no tots, es poden trobar en la constitució del cos humà i en les formes d’interacció dels cossos humans dins la societat”

¹⁸³ BLACKING: 1994, p.30.

¹⁸⁴ Blacking afirma que “com que els éssers humans fisiològicament són parts del món natural, dubto que puguin crear cap cosa els principis de la qual no siguin ja inherents en el sistema de complexitat automàtica al qual pertanyen” (BLACKING: 1994, p.134). Ens podríem preguntar si és per això que la música es diu universal i sembla que arriba a tots els éssers humans, per la coincidència ontològica de finitud i temporalitat.

(BLACKING: 1994, p.20). Aquesta comunicació, potser inconscient o involuntària per part del músic, és per a l'antropòleg anglès indestriable de la definició o qualitat de música. Així, “la música hauria d'expressar aspectes de l'organització humana o de les percepcions de l'organització *natural* condicionades humanament”.

Serafine accepta aquesta proposta antropològica i defensa que la música és un fenomen cultural. Si és cultural, és, ara per ara, humà. Serafine matisa que el fet de buscar l'origen musical en la cultura “és emfasitzar que neix d'un grup de persones –que denominem comunitats musicals– les quals comparteixen comprensions comunes sobre la forma en què la música es compon, s'interpreta i se sent. Aquestes comprensions comunes conformen un estil musical (...)” (SERAFINE: 1988, p.29). En la seva explicació es veuen també les traces de l'organització social, el consens conceptual entre individus i el bagatge cognitiu, respecte de les propostes sonores que es perceben i els paràmetres per considerar-les com a música. En canvi, Serafine no expressa directament que la música sigui un mirall, un reflex fidel, del model sociocultural que la produeix, encara que ho deixa entreveure¹⁸⁵.

Adorno també recull la relació de la música amb la societat. Seguint la línia d'una interacció evident entre música i societat, el filòsof afirma que “tan sols la mateixa història, la història real amb tota la seva misèria i tota la seva contradicció, constitueix la veritat de la música” (ADORNO: 2000, p.78). El teòric de l'Escola de Frankfurt pren una perspectiva més asincrònica relacionant directament la música amb la Història. No és, per tant, la música, una imatge de la societat actual sinó que –de fet, com la societat actual– la música és un conglomerat de totes les aportacions històriques en aquest camp. No està tan lluny de les afirmacions de Blacking. De fet, la Història marca el model d'organització humana i social. I és coherent amb les idees de Serafine sobre la universalitat i especificitat cultural de la música.

¹⁸⁵ Serafine defineix la música com a universal per dues raons: perquè es troba en cadascuna de les cultures existents i perquè tots els éssers humans, en major o menor grau, poden distingir la seva pròpia música (SERAFINE: 1988, p.1). Això ja representa una vinculació implícita entre música i cultura o societat, quasi diferenciant les cultures musicalment.

Adorno, però, des d'un punt de vista prou elitista i considerant únicament la música culta, veu més les aportacions de l'evolució de l'estil –l'anomenat clàssic occidental– amb un punt de vista més vertical i temporal. Sí que arriba a vincular aquest estil amb una organització sociocultural de l'entorn: Adorno diu que “de cap manera *l'escoltar* respon a invariants de la constitució antropològica, a la natura humana eterna (...). L'ensinistrament social [és allò] que manté els individus en un nivell d'oïda superat” (ADORNO: 2000, p.52). Per tant, per a Adorno, aquest acte de domesticació de l'oïda, és a dir, la definició i acceptació d'uns paràmetres musicals comuns reiteratius, és allò que defineix l'estil. La Història és un factor decisiu per a aquest ensinistrament; la música del passat és la que predeterminarà fins on pot arribar la d'avui.

D'alguna manera, tot això també és informació. Transmissió de dades sobre la matèria i els seus orígens i límits, funció fàctica, en el cas d'Adorno; sobre el context, en el cas de Blacking, i sobre els límits perceptius o el consens estilístic, en el cas de Serafine. La música comporta informació sobre l'activitat humana i, en un sentit ampli de la comunicació, podem dir que comunica sobre aquests paràmetres.

Però el fet de ser una comunicació humana no li atorga directament la posició d'art. La parla ordinària i habitual d'un individu és evidentment comunicació, però no és art fins que no assoleix un altre tipus de característiques que la converteixin en recital, per exemple, de poesia¹⁸⁶. De fet, els aspectes que hem observat per valorar la capacitat comunicativa de la música són presents a l'art però no són únics ni característics de l'art. Música i música com a art comparteixen el fet que són produïdes per l'ésser humà –tot i que ja hem apuntat també els efectes de la *musicalitat*, no humana. La nostra hipòtesi és que la música, de fet qualsevol acció comunicativa humana, és abans expressió que no pas art, entenent al mateix temps que no totes les expressions són art.

¹⁸⁶ Igualment, el llenguatge escrit no tot és art –per exemple una nota de la llista de la compra setmanal–, com sí que ho és un llibre de poemes.

3.3. Música i art

La música no és primerament art, tot i que alguna música pot ser concebuda com a tal¹⁸⁷. Amb aquestes paraules volem dir que no tota la música produïda o realitzada per l'ésser humà –ni molt menys, si pensem en la quantitat d'expressions musicals que trobem en el dia a dia– són art; malgrat aquesta afirmació, una porció del conjunt d'aquesta producció musical humana, una bona quantitat de música, sí que és pensada i creada amb aquesta finalitat artística. Per tant, la música com a concepte global i definitori d'un fenomen humà va més enllà de la creació artística.

Cal remarcar la nostra tesi a l'entorn de la música com a forma de pensament, universal i comuna a tots els individus. Tot i així, en els estudis habituals sobre la música i la seva definició artística hi ha una concepció diferent del que és la música. Sovint s'interpreta la música només com a música culta, o, en el millor dels casos, com a música que ha estat deliberadament i conscient planificada¹⁸⁸. També existeix la confusió, sobretot en les teories sobre música i llenguatge, de relacionar la música amb un dels seus codis escrits: el mètode de solfeig occidental. Una partitura és únicament un codi (el musical) imprès¹⁸⁹; un document. O també existeix la tendència errònia i etnocentrista al nostre entendre, de parlar directament de música en general pensant només en la música occidental.

Un dels punts més comuns i contradictoris amb el nostre plantejament és el d'entendre la música com un fenomen formal: és a dir, que necessita d'una

¹⁸⁷ En relació a aquesta premissa cal atendre la definició de música que vam recollir en línies anteriors i que fa referència, sobretot, al seu caràcter cognitiu i expressiu.

¹⁸⁸ El que equivaldria al concepte *composada*, independentment de si finalment s'escriu –es fixa en un suport– o no. *Composar* voldria dir crear pensant en el producte final, amb un objectiu estètic, i atenent una normativa estilística; mentre que una música espontània pot ser produïda sense cap pretensió ni planificació estètica.

¹⁸⁹ Llegir una partitura també es pot considerar una forma de comunicació: es transmeten unes instruccions. Tanmateix, caldria debatre si és pròpiament comunicació musical –l'auditivo-cognitiva que cerquem– o es tracta més aviat d'una comunicació tècnica, com un manual d'execució. El fet que els músics professionals, entrenats amb una educació musical especial, poden llegir una partitura en silenci i, fins i tot, rebre sensacions o interpretacions musicals en aquesta lectura silenciosa, és una de les proves que confirma que la música es pot interpretar/descodificar en silenci i, per tant, pot comunicar sense so. Aquesta realitat, però, s'ha de separar de la natura i estructura de llenguatge del solfeig o codis gràfics musicals.

preparació formal i reglada, que requereix uns instruments específics i ben dissenyats per aquesta finalitat, que requereix uns escenaris excepcionals i especials per a la seva realització¹⁹⁰.

Totes aquestes especificitats són certes en alguna tipologia de música –per exemple, el rock, o l’òpera– però no són part indispensable de la música com a fenomen i menys encara entesa com un tipus de pensament humà. Creiem que la música és part indispensable de l’ésser humà i com a tal, com a element quasi inherent, ha de ser generalitzable. És des d’aquesta perspectiva de context ordinari –en qualsevol moment i en qualsevol espai– i d’universalitat – a totes les cultures i a totes les persones– que podem entendre millor l’afirmació que fèiem inicialment de distingir música i art.

Aquest punt introductori, una mica punyent per a una visió clàssica de les anàlisis sobre la música, depèn inevitablement de com definim el concepte central: l’art. Buscarem, malgrat això, una definició funcional i acotada, sense estendre’ns en la seva filosofia pròpia, suficient per a una carrera sencera. Segons Wladislaw Tatarkiewicz, en el seu llibre *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*, la definició d’art seria la d’una “activitat humana conscient, capaç de reproduir coses, de construir formes o d’expressar una experiència, si el producte d’aquesta reproducció, construcció o expressió pot delectar, emocionar o produir un xoc”¹⁹¹.

Acceptant la definició de Tatarkiewicz, veiem que el concepte d’art proposat realitza una important incidència en la recepció i, sobretot, en el bagatge individual i subjectiu del receptor. És art allò que pot “delectar, emocionar o produir un xoc” (RADIGALES: 2002, p.32). Aquesta possibilitat queda en un espai molt particular, controlat per l’individu, i la definició de què és art resta

¹⁹⁰ Aquesta concepció bastant comuna i estesa estaria molt relacionada amb la idea de música com un talent o una virtut interna, potser innata, dins de la persona i, per tant, exclusiva i inaccessible, o bé, més desenvolupada en unes persones que en altres (SERAFINE: 1988, p.7-8).

¹⁹¹ Cita recollida per Jaume Radigales, del llibre TATARKIEWICZ, W. *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Madrid: Tecnos, 1996, p.67 (RADIGALES: 2002, p.32).

totalment condicionada a la decisió de cada individu: potser el *Guernika* de Picasso, a mi, ni em delecta, ni m'emociona, ni em produeix un xoc. I, en canvi, una peça de terrissa artesana sí que em delecta. Tatarkiewicz, queda clar, esquivava una categorització general i, sota l'empareda de l'experiència estètica, vincula l'art a la definició que en faci cadascú, excessivament subjectiva i lliure.

Al nostre entendre, la definició d'art queda esmicolada, queda depenent de la recepció de cadascú; queda desvinculada de l'obra, ja que el que importa és l'impacte, el qual, per altra banda, és produirà o no per una predisposició pròpia o per unes circumstàncies personals. Tanmateix, i com a punt positiu, Tatarkiewicz contempla la noció d'art com a procés, com a activitat humana. Per aquest motiu, la categorització dels objectes –les obres–, com a objectes d'art o no, dependrà en darrera instància dels seus creadors o, en absència d'aquests, de la valoració que es faci del procés i del xoc que provoqui el producte, més que no pas dels resultats finals.

D'aquesta manera, ens interessa l'aproximació com a activitat humana conscient que sintetitza el vessant humà, ja comentat, i la vinculació intel·lectual. No descartem, però, que hi hagi activitat intel·lectual inconscient i, per tant, activitat musical cognitiva de forma inconscient; seria un camp a explorar. Igualment, l'artista emfasitza la consecució d'un resultat, d'un producte, ja sigui reproducció, construcció o expressió. Aquesta consideració d'art centrada en l'obra d'art és comuna. Perquè hi hagi art és necessari que aquest sigui observable per tercers, és a dir, que es materialitzi d'alguna manera encara que sigui en el temps, i s'exterioritzi del seu autor. La transmissió d'expressió, significat o emoció, des del creador al receptor, és acceptada generalment en parlar d'art, cosa que implica que aquesta, l'obra d'art, ha de ser perceptible. No considerem art, per tant, un pensament intern i propi que no arriba a sortir, tot i que aquest sigui original, elaborat, i, perquè no, artístic –contradicció implícita!

El Diccionari de la Llengua Catalana, de l'Enciclopèdia Catalana, diferencia l'art i les belles arts. Art es defineix com “l'habilitat, destresa, a fer certes coses adquirida amb l'estudi, l'experiència, l'abnegació”; i amb una segona i tercera accepció “manera de fer alguna cosa segons regles” i “sistema de preceptes i de regles per a fer bé alguna cosa”¹⁹², respectivament. La confusió sobre el terme *art* també pot ser considerable ja que hem passat de referir-lo al producte – segons Tatarkiewicz– a vincular-lo a la capacitat de fer aquest producte o, per una altra banda, a les normes per fer-lo.

Les belles arts, en canvi, obtenen la següent definició: “tradicionalment, arts que tenen per objecte l'expressió de la bellesa mitjançant el color, la forma, el so, el llenguatge, el moviment (pintura, escultura, arquitectura, música, poesia, dansa)”¹⁹³. Veiem, llavors, una distinció explícita entre art i art que pretén expressar la bellesa –les belles arts–, fet que implicaria una concepció molt més àmplia d'art que el concepte culte i engendrat al Romanticisme d'obra d'art. Tanmateix, el diccionari queda anacrònic esmentant la recerca de la bellesa com a objectiu final de l'art; com esmenta Radigales, cal vincular l'art a l'experiència estètica que pot ser còmoda o incòmoda (RADIGALES: 2002, p.32).

Tatarkiewicz, empès per la tendència estètica del seu moment, volia relativitzar la concepció estètica de l'art vinculant-lo a la capacitat emocional o reactiva del receptor, d'un tercer. Però, com hem vist, la seva proposta de definició deixa massa obert i en una situació massa arbitrària el concepte d'art. Malgrat això, d'aquestes línies de reflexió hem pogut extreure uns punts que creiem bàsics en la confecció de la idea d'art:

- a) L'art sorgeix i té una intenció i, per tant, d'aquesta intenció que pot ser característica i definitòria es pot derivar una funció.
- b) L'art es lliga a l'experiència estètica, més personal i oberta, i no obligatòriament a la bellesa o la comoditat.

¹⁹² CARRERAS, J. (Ed.) *Diccionari de la Llengua Catalana*. 5a. Ed. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1985. p.165.

¹⁹³ *Ibid.*, p.165.

- c) L'art es concep socialment per la seva adscripció, potser inconscientment, a unes normes comunes a tot l'art i a un sistema formal que el delimita i accepta com a tal¹⁹⁴.
- d) L'art necessita habilitat, destresa, però no emprada lliurement. Aquesta habilitat ha de ser domesticada per les normes i acabar sent tècnica.
- e) L'art, per assolir les seves intencions, per ser avaluat dins del sistema normatiu de cada societat i per poder ser interpretat estèticament pel receptor necessita ser exterioritzat de la ment de l'artista; per això, l'art es materialitza o es representa¹⁹⁵ en diferents formats materials o formes d'expressió.

Aquestes premisses concorden amb la proposta de característiques de l'art que fa Radigales, incloent-hi la inspiració (idea) –que seria la combinació de la nostra intenció i la plasmació de la proposta d'experiència estètica, per part de l'autor–, *Tekné* (tècnica) –normes i sistema normatiu, habilitat– i discurs (funció social) –exteriorització, recepció i funció (RADIGALES: 2002, p.34). Hem d'entendre el discurs com un mitjà de transmissió que inclou la intencionalitat, un esbós intencional de la funcionalitat que persegueix; no hem d'incloure en aquest element la incidència social, pròpiament, ni molt menys els resultats. El discurs és el mitjà de presentació social de l'art. És precisament d'aquesta característica, la funcionalitat, que volem fer un comentari més profund.

Eco trenca amb el concepte clàssic d'obra d'art com a objecte tancat i acabat, substituint-lo per un organisme obert a les interpretacions dels receptors. És *organisme*, “perquè està dotat d'una *formativitat* originària que no pot deixar de condicionar les opcions realitzades, per una altra part, dins d'una gamma de

¹⁹⁴Parafraçant l'aportació de Serafine per definir l'estil musical: “el terme *estil musical* es refereix doblement al conjunt de composicions que comparteixen expressions o característiques similars i, al mateix temps, als principis rectoros que determinen com han de ser compostades aquestes composicions” (SERAFINE: 1988, p.29).

¹⁹⁵ Representar, en aquest cas concret, s'ha d'entendre com presentar per segona vegada (*re-presentar*), ja que en el context d'exterioritzar allò que brolla en la ment de l'artista, la primera presentació pot ser cognitiva, sobretot en el cas de la música que és immaterial. En el cas de les arts materials –pintura, escultura– es pot discutir si la presentació primera no seria la primera materialització, la presa de forma física.

possibilitats; *obert* perquè la forma no impulsa el consumidor cap a una direcció necessària, sinó que se li ofereix com a camp de possibilitats” (ECO: 1990, p.177). Per tant, en aquest concepte, la idea tradicional de comunicació – transmetre un missatge concret i que un receptor rebi aquest mateix missatge específic– ja no té cabuda.

Des del seu assaig “L’estètica de la formativitat i el concepte d’interpretació”¹⁹⁶, el filòsof italià explica que l’obra d’art és –remarcant aquest ser ontològicament– “les reaccions interpretatives que suscita; aquestes es realitzen com a recorreguts del procés genètic intern (que és la resolució en estil del procés genètic *històric*, indirecte)”. Així, en el procés d’interpretació de l’art, segons la teoria de la formativitat, “existeix una íntima connexió, dins l’obra, entre *gènesi, propietats formals i possibles reaccions dels consumidors*, factors que han de mantenir-se necessàriament units” (ECO: 1990, p.34). Aquesta connexió ja es concep en la idea de l’artista i ve modulada per la funcionalitat de l’art, per la intenció del seu creador.

Per a Eco, l’estructura de l’obra d’art només té un significat si la interpretem segons uns models de reacció¹⁹⁷. És a dir, que “en donar vida a una forma, l’artista la fa accessible a les infinites interpretacions possibles. *Possibles*, no ho oblidem”, apunta el filòsof, “perquè *l’obra viu només en les interpretacions que d’ella es fan*” (no tindria sentit una obra que no s’exposés a interpretacions, és a dir, que no es mostrés i no fos observada per tercers o, com a mínim, que no aspirés a això); “i *infinites*, no només per la característica de fecunditat pròpia de la forma, sinó perquè davant d’ella se situa la infinitat de personalitats interpretants, cadascuna amb el seu mode de veure, de pensar, de ser” (ECO: 1990, p.33).

¹⁹⁶ ECO, U. “La estética de la formatividad y el concepto de interpretación”. A: ECO: 1990, p. 13-34. Aquest assaig es basa en la ponència de Luigi Pareyson "L'interpretazione dell'opera d'arte" presentada al III Congreso Internacional de Estética, a Venècia, en 1956 (Cfr. Actas del III Congreso Internacional de Estética, Turín, 1957).

¹⁹⁷ ECO: 1990, p.169.

Aquí novament, Eco enllaça amb la definició de Tatarkiewicz, deixant potser la concepció d'art excessivament en mans de la subjectivitat d'altri. L'italià pensa que "l'experiència estètica està feta d'actituds personals, de transformacions del gust, d'adequacions d'estils i criteris formatius; les anàlisis de les intencions, la descripció de les formes a què donen lloc, constitueixen llavors la condició essencial per arribar a conclusions generals que descriguin les possibilitats d'una experiència que no pot definir-se normativament"¹⁹⁸. Cal distingir, però, l'experiència estètica, la reacció davant l'art o quelcom estimulant, de la definició d'art. L'experiència estètica es pot produir sense art, davant d'una posta de sol, per exemple.

Així, doncs, en una interpretació tan oberta i no *normativitzable*, ¿quina seria la funció de l'art? Per Adorno, l'essència i la raó de ser de qualsevol art "consisteix en resistir-se a tota raó de ser, és a dir, a la justificació de la seva pròpia existència segons els barems de l'autoconservació, per molt sublimada que estigui" (ADORNO: 2000, p.68). L'art és, llavors, una contradicció en ell mateix, un impuls que ens ha de fer notar, interpretar, aquesta contradicció, prèviament deliberada i planificada per l'artista. Per tant, el que distingeix l'art de la resta d'iniciatives personals "és el fet que, en aquest, totes les activitats de la persona [creadora] van dirigides a una intenció purament formativa (...) En l'art la persona (...) forma únicament per formar, i pensa i actua per formar i poder formar", explica novament Eco (ECO: 1990, p.16).

Tresserras adopta una posició intermèdia ja que considera que "la interpretació d'una obra d'art no és ni cosa del pur subjectivisme ni cosa del pur objectivisme". Per al pensador català, la interpretació és un *encontre*. I, com ell afegeix, "per tal que es produeixi el fenomen de l'*encontre* només cal que l'espectador miri els ulls de l'obra sense avergonyir-se de la seva sensibilitat" (TRESSERRAS: 1997, p.37-38). Però afegeix que qui pot assolir aquesta comunió, una interpretació sincera, entra en contacte amb la intenció crítica del

¹⁹⁸ ECO: 1990, p.27.

creador i “s’atreveix a ser creador”¹⁹⁹, lligant la idea amb la teoria de la *formativitat*.

Des d’ara ja s’apunta la crítica com la funcionalitat primera de l’art. Adorno, expressava una autocrítica, contra la mateixa essència del propi art, però sempre considerant l’art com un fet social i, per tant, l’autocrítica no deixa de ser crítica social. Tresserras ho expressa clarament –parafraçant George Steiner– quan diu que “les obres d’art són les millors crítiques emeses sobre l’home i sobre els productes de la seva ment, sociològics, filosòfics o estètics”. Pel filòsof, les obres d’art són a més a més una garantia de reflexió, concisió i tria ja que “comporten seleccionar una petita part d’allò que és vist i de les *il·limitades possibilitats d’allò que és imaginat*. L’obra d’art és una tria de percepcions que es cristal·litzen en un text únic (TRESSERRAS: 1997, p.15). Les percepcions, per tant, són l’entorn sociocultural del creador i, també, els seus propis condicionants psíquics i fisiològics; la cristal·lització, imatge poètica de la creació artística, és la tria i selecció amb una intenció, amb un motiu de crítica.

Així, aquesta intenció crítica –que pot ser autocrítica o *metacrítica*, cap al mateix art– sembla ser la veritable natura existencial de l’art, més que les formes que adopti o les tècniques que posteriorment emprí. Les regles normativitzen i cataloguen l’art, però són ja un estadi intrínsec d’una cultura i és alguna cosa inferior, supeditada, al propi concepte de l’art: unes normes estilístiques poden ser compreses i acceptades en una cultura i, en canvi, no en una altra. Per Pareyson, autor de la teoria de la *formativitat* recollit per Eco, si ens baséssim en la regulació normativa, tota la vida seria art ja que “tota la vida humana és per a Pareyson invenció, producció de formes (...) En ser tota formació un acte d’invenció, un descobriment de les regles de producció d’acord amb les exigències de la cosa que s’ha de realitzar, queda, per consegüent, afirmat el caràcter intrínsecament artístic de tota realització humana” (ECO:1990, p.15). Des de la perspectiva de la tècnica específica, així és, ja que necessita tant aprenentatge i consta de tants processos pintar un

¹⁹⁹ TRESSERRAS: 1997, p.17.

quadre en estil surrealista com aprendre a fer servir correctament el programari informàtic bàsic. O té tantes normatives estilístiques el fet de cantar un *lied* com el fet de conduir per autopista. Què determina que una cosa és art?

Segons Pahissa, “si bé la pura emoció estètica és l'essència de l'obra d'art, no ha de bastar-nos ni satisfer-nos la seva sola i despallada presència”²⁰⁰. Només l'experiència estètica, com ja hem vist que també pot aflorar-nos en un centre comercial, o l'emoció estètica no argumenta ni justifica l'existència d'art. L'emoció i l'experiència estètica són compartides amb altres formes d'expressió o recepció humana; igualment, la utilització de tècniques i regles en la confecció d'objectes. Per tant, el que sembla restar com a intrínsec i característic de l'art és la voluntat de ser art, és a dir:

És art aquell objecte o expressió format amb la voluntat del seu creador d'esdevenir un producte destinat a la contemplació i amb la intenció de transmetre un missatge crític.

Desafortunadament, tan sols els creadors poden decidir íntimament i subjectiva què és art i què no ho és de tot el que realitzen, tot i que, en l'àmbit públic o social, seran els crítics i els mitjans de comunicació qui finalment atorguin l'etiqueta d'art o no, independentment del criteri de l'artista. En un pla conceptual –gens sociològic– i en contradicció amb les teories expressades anteriorment, la reacció o xoc del receptor no té res a veure amb el qualificatiu d'art, que queda plenament en mans de la decisió intencionada de l'artista (decisió que, després, pot ser no entesa o contradita pel crític).

L'art musical comparteix, evidentment, les característiques comunes de l'art: tècniques especialitzades; exposició al públic per rebre interpretacions; aportacions subjectives del creador i històriques –estilístiques; origen en una intenció creativa artística, motivació crítica, etcètera. Adorno resumeix prou bé aquestes coincidències quan afirma el doble caràcter de l'art com a "autònom i com a *fait* social" (ADORNO: 2000, p.15). Aquest doble fet està, segons el filòsof alemany, en l'arrel de l'estrany caràcter de l'art: en l'afirmació que "totes

²⁰⁰ PAHISSA: 1980, p.41.

les obres d'art, i l'art mateix, són enigmes"²⁰¹ i en l'acceptació que aquest "caràcter enigmàtic de les obres ha crescut amb la història"²⁰². Així, el teòric de l'Escola de Frankfurt expressa que "tota obra d'art és com una escriptura jeroglífica el codi de la qual s'hagués perdut i el contingut de la qual està determinat en part per aquesta pèrdua. Això significa que la comprensió del seu sentit és perpètuament diferida a un moment que no arribarà mai" (ADORNO: 2000, p.20).

Llavors, la comunicació artística, dins l'art musical, és ambigua i es recolza en una cultura modelada per la història. En una aplicació musical, tal i com diu Eco trencant un dels tòpics més estesos sobre la música, "la música no és un llenguatge universal, sinó que la tendència a certes solucions [musicals] i no a altres és fruit d'una educació i d'una civilització musical històricament determinada" (ECO: 1990, p.172). Segons l'autor italià, opinió que secundem, no tota l'expressió artística o no artística és comuna a la humanitat; sempre hi ha factors que són específicament culturals i propis d'una societat i, per tant, incògnos en una altra. L'art musical no pot ser una excepció. "Tota civilització musical elabora la seva sintaxi", afirma Eco, "i en l'àmbit d'aquesta es produeix una audició orientada d'acord amb els models de reacció conformats en una tradició cultural; tot model de discurs té les seves lleis, que són, una vegada més, les mateixes de la forma, i la dinàmica de la crisi i de les solucions que obeeixen a una certa necessitat, a direccions formatives fixes"²⁰³ (ECO: 1990, p.173).

Hi ha, per tant, dos punts evidents que corroboren la distinció entre música i *art musical*. El primer és la intencionalitat artística que tant hem documentat anteriorment. No tota expressió musical és intencionadament crítica. ¿Podríem afirmar-ho d'un taral·lejar espontani en passejar? ¿Té una motivació artística deliberada i racionalitzada dins d'unes pautes estilístiques el fet de picar ritmes amb les mans en un foc de camp? En aquest punt, la música supera àmpliament

²⁰¹ ADORNO: 2000, p.162.

²⁰² ADORNO: 2000, p.161.

²⁰³ El mateix autor matisa que el major atractiu de les normes serà després superar-les o transgredir-les de forma original (ECO: 1990, p.170-171).

l'art; en ser més lliure i no necessitar justificació ni normes, quotidianament hi ha molta més música que no pas art musical.

El segon punt seria la universalitat. Ja hem argumentat que Serafine troba uns processos cognitius universals, que serien pertinents a totes les cultures i estils musicals. La música en aquest nivell –una expressió oberta, directa, poc orientada a la comunicació de tercers i més al gaudi personal– seria música sense més. Si entenem la música com un procés més cognitiu que perceptiu no podem deixar de veure un nucli bàsic universal a tota la humanitat, com el mateix sistema cognitiu humà. Es dedueix, per tant, que el condicionament cultural i estilístic de l'art musical acota massa i restringeix en excés allò que podem entendre com a música. És més, la música no requereix tècnica o elaboració, pot ser netament espontània, directament vinculada a les necessitats expressives més bàsiques de l'ésser humà.

Podem concloure, per tant, que l'*art musical* no és sinó una forma d'elaboració més complexa, més *normativitzada* i amb uns objectius més orientats a l'impacte social que qualsevol altra expressió musical. No per això, tanmateix, hem d'entendre que l'*art musical* sigui més valuós o més important que la música que no és art. Tot dependrà de la perspectiva i la finalitat amb què s'avalui.

La següent taula (Taula 3.1. Transició del que és físic al que és art) exemplifica les característiques i passos de la matèria sonora fins a l'art musical. Des de les ones acústiques fins a l'art musical, a cada passa s'afegeix un element. De les ones acústiques al so hi ha la barrera dels llindars perceptius, de la nostra percepció, ja que hi ha ones acústiques que no les anomenem so perquè no les podem experimentar. Del so a les formes sonores hi afegim regularitat o un patró recognoscible. De les formes sonores a les relacions acústiques hi afegim la interpretació cognitiva, el processament estrictament cognitiu, sense necessitat d'una percepció externa. De les relacions acústiques a la música cal sumar-hi pautes i patrons rítmics i/o melòdics, és a dir, estructures –relacions–

repetibles i identificables per l'ésser humà. I de la música a l'art, cal afegir la voluntat de crítica social.

Taula 3.1. Transició del que és físic al que és art

	Ones acústiques	So	Formes sonores	Relacions acústiques musicals	Música	Art musical
Identificació	Fenomen físic	El que percebem del fenomen físic, limitats pels nostres llindars	Identificació d'estructures i/o seqüències sonores	Pautes i patrons rítmics i/o melòdics processats cognitivament	Pautes i patrons rítmics i/o melòdics produïts per l'ésser humà	Combinació de sons i ritmes amb una intenció creativo-expressiva
Exemples	Ones acústiques de qualsevol freqüència (també imperceptibles: ultrasò)	Ones acústiques dins de les freqüències que percebem. Element conceptual i objectual	Sons compostos amb una singularitat reconeixedor. Una explosió, el bram d'un lleó	Regularitat rítmica i/o melòdica que podem percebre. Cants d'ocells, onades, xiulet del tren.	Regularitat rítmica o melòdica amb un timbre produït per l'home. Ritmes de carnaval, cançons bressol, xiular	Música creada amb intenció crítica. Composicions o improvisacions de qualsevol estil. Simfonia, balada, rock

3.4. Parts i components de la música

Sovint, s'han destinat grans esforços i mitjans a realitzar estudis sobre les suposades unitats de la música, enfocant llavors l'anàlisi sobre els acords, escales, tons, etc. Però com ens recorda Serafine, aquests elements només serien el resultat de la reflexió social sobre la música²⁰⁴, no la música en si mateixa (SERAFINE: 1988, p.52). Una reflexió que, de fet, varia segons la cultura o societat que la realitzi, com també varia l'estil musical que s'hi practica, i, per tant, una reflexió que no pot ser la unitat comuna.

²⁰⁴ En l'estudi sobre música i cognició, Serafine apunta com un element comú i característic de tota música, la seva *reflexió*. Per *reflexió*, l'autora nord-americana entén el procés d'observació, anàlisi i sistematització cultural de la música amb la intenció de facilitar-ne la conservació, comprensió i aprenentatge. Així, com a procés social i cultural, la *reflexió* inclou des de les diferents notacions, a les institucions que ensenyen l'art musical –els conservatoris–, passant per les diferents teories harmòniques, etc. (SERAFINE: 1988, p.37-39).

Seguint aquesta argumentació, “les escales i els acords no existeixen en música”, referint-nos a l’essència musical, a la música en si mateixa, sense entrar en les teories d’ella derivada o les categoritzacions sistemàtiques fetes per facilitar-ne l’anàlisi. Aquest elements existeixen com a unitats artificials formulades en l’anàlisi de la música. “Més aviat”, comenta Serafine, “la música es mou amunt i avall en moltes direccions, i nosaltres hi distingim escales i acords perquè intentem posar ordre als moviments que es produeixen. La nostra música està composta d’horitzontalitat, successió melòdica, i verticalitat, sonoritats simultànies. Les escales i els acords són un intent per sistematitzar i explicar aquests esdeveniments simultanis i successius”(SERAFINE: 1988, p.53).

3.4.1. A la recerca de la unitat bàsica

Aquesta exclusió d’elements metamusicals²⁰⁵ i l’elusió de conceptes teòrics musicals és necessària, ja d’entrada, en la detecció i definició dels elements constitutius de la música, tasca en la qual seguirem obertament les teories i reflexions de Serafine. Aquesta autora, planteja la idea de música –d’altra banda ja presentada en el capítol anterior– en tant que “l’activitat de pensar en o amb sons” i, per aquesta raó, es decanta pel terme *pensament musical* o *cognició* abans que pel de *música* tot sol²⁰⁶. “La cognició musical pot ser definida”, ens aclareix l’estudiosa nord-americana, “com l’activitat auditivo-cognitiva humana resultant de la participació d’una obra que incorpora grups finits i organitzats d’esdeveniments temporals descrits en so” (SERAFINE: 1988, p.69).

Aquesta *descripció en so dels esdeveniments* a què es refereix Serafine es realitza mitjançant el conjunt de paràmetres –identificacions, variacions, posicions, etc.– que constitueixen la idea de *relacions acústiques* abans

²⁰⁵ Elements que no pertanyen a la natura de la música, sinó que hi fan referència.

²⁰⁶ Nosaltres emprarem més còmodament el terme *cognició musical* ja que *pensament musical*, a la nostra llengua, pot induir a una certa confusió amb la disciplina de l’estètica referida a l’art musical. En l’original, Serafine empra indistintament *musical thought* or *musical cognition*.

introduïdes²⁰⁷. D'aquesta singular concepció de la música, com a activitat auditivo-cognitiva humana, depèn la consegüent exploració dels components de la mateixa. Cal, ara mateix, reproduir l'explicació que Serafine ens ofereix pel que fa a la definició de cognició musical:

L'èmfasi [d'aquest concepte] es troba en l'organització en un context temporal, direccional²⁰⁸, més que en la percepció d'entitats físiques de sons (o silencis) *per se*. La temporalitat de la música és el seu tret definitori, i el rol d'un to concret, la duració, el volum, i les característiques tímbriques dels esdeveniments sonors són només d'una importància secundària. El so és el mitjà a través del qual s'organitzen interessants esdeveniments temporals, però, malgrat que el so hi és necessàriament com a portador de la música, el so per si mateix és una definició insuficient de la peça musical²⁰⁹. La principal característica de la música és el moviment en el temps –l'exploració dels esdeveniments simultanis i successius que incorporen punts d'arribada i d'èxtasi, punts de sortida i continuació, i una trena de similituds i transformacions *succés-a-succés*

SERAFINE: 1988, p.69

És més, aquesta existència de components en horitzontal i vertical tampoc no és imprescindible. Ja havíem comentat que un ritme, amb les seves variacions i expectatives, sorpreses i resolucions, pot ser considerat música, sense cap element vertical, llavors. I a l'inrevés, només elements verticals, sense successió temporal, no són susceptibles d'esdevenir música²¹⁰. Anteriorment havíem ja apuntat que el temps, l'horitzontalitat, la successió, són l'ànima de la música.

Però, fins i tot en el cas d'acceptar la dualitat horitzontal i vertical, això no implica únicament l'esquema etnocèntric de la música "clàssica" occidental. La sistematització per cercar un ordre en la percepció és universal en l'ésser humà; aquesta sistematització, i com dur-la a terme, canvia en cada cultura. Per tant, encara que també existeix un règim de verticalitat i simultaneïtat en la música polinèsia, les seves coincidències simultànies de sons –que no gosem anomenar acords en un sentit teòric occidental– res tenen a veure ni en l'organització dels

²⁰⁷ O sigui que la descripció d'un esdeveniment temporal mitjançant el so, la descripció en si mateixa, es nodreix i alhora constitueix aquestes *relacions acústiques*. Com es mesuren i es descriuen, sinó, unes relacions geomètriques, per exemple? Calen una sèrie de processos i paràmetres, com el fet de comparar i la unitat mètrica, per poder descriure la figura, en relació a una part o en relació a una altra figura.

²⁰⁸ En l'original de llengua anglesa, *ongoing*.

²⁰⁹ En l'original, *artwork*, que inclou la implicació de creació i objecte, al mateix temps.

²¹⁰ Aillem el més magnífic dels acords i mantinguem-lo sense cap direcció i context. El resultat és evident i més semblant a un embús de trànsit que a la música.

sons, ni en la seva producció i origen i, segurament, ni en la seva significació amb els acords tríades o quatríades occidentals. Per descomptat, també divergeixen en l'efecte musical en si mateix, és a dir, en la percepció de l'expressió musical.

Cal destacar, per tant, que la verticalitat, ni és condició absoluta de la música ni és patrimoni exclusiu de la versió occidental. I cal estar obert a noves combinacions de verticalitat, per exemple, no harmòniques²¹¹, com podria ser una combinació de melodia i ritme no melòdic (sense variació de l'alçada dels tons), o, simplement, diferents ritmes simultanis (polirítmia). Ja que la verticalitat tendeix a ser secundària, el que realment representaria aquest concepte seria una simultaneïtat en un punt de la successió temporal, és a dir, que realment el seu significat se supedités a la successió, novament.

Però “tota la música, occidental o no, incorpora aquestes dimensions [simultani i successiu] per virtut de la seva natura temporal. Potser no és encertat del tot parlar d'elles separadament, ja que sempre coexisteixen en experiència”, diu Serafine (SERAFINE: 1988, p.74). La dimensió successiva és possible –i inevitable– a causa de la natura de l'existència humana i, conseqüentment, de la seva percepció que també és lineal, successiva en el temps. Alhora, aquesta dimensió es veu reforçada per la característica volàtil, no permanent, del so, matèria conductora de la música²¹². La dimensió simultània, en canvi, a part de la configuració perceptiva humana que fa possible la seva captació i la configuració cognitiva que possibilita la seva descodificació, es deu també en gran mesura a la qualitat de *transparència* del so.

Malgrat l'existència de l'efecte d'emascarament –hem d'entendre'l com una situació puntual o com un fenomen inconstant– la qualitat habitual és que dos sons emesos al mateix moment puguin ser percebuts alhora, distingint la seva coexistència segons el grau d'instrucció i experiència. L'estructura cognitiva fa

²¹¹ En aquest cas, *harmònic* també és un concepte occidental. Com a efecte o idea podria tenir un abast universal, però.

²¹² Destaquem aquesta idea del *so* com a matèria conductora de la música, però en cap cas matèria primera de la música –potser en seria el ritme o un ordre cognitiu rítmic–, i encara menys com a música en si mateix.

possible que puguem distingir dos sons alhora, i, al mateix temps, les qualitats físiques del so fan que no s'anul·lin l'un a l'altre²¹³. Evidentment, sense aquestes possibilitats física i cognitiva no disposaríem del concepte de 'simultaneïtat'. Finalment, llavors, tant la successió com la simultaneïtat acaben depenent paral·lelament de dos factors: els processos cognitius humans i les característiques físiques del so²¹⁴.

El fet que les dimensions successiva i simultània puguin ser part de les relacions *acústiques musicals*, com afirma Serafine, no vol dir, però, que tota la música incorpori ambdues possibilitats. La dimensió successiva ja hem determinat que és ineludible i, alhora, inherent a la música. La dimensió simultània, en canvi, si bé es pot veure reforçada amb l'existència de *relacions acústiques* simultànies també es pot no materialitzar en la creació/recreació musical. Hem d'entendre-la, llavors, com una qualitat possible a incloure, però, com ja hem exposat, no com un fet definitori o imprescindible. En el seu lloc, sí que destaca l'efecte de transparència del material sonor, efecte que fa possible la simultaneïtat perceptiva tant de varis sons o formes sonores al mateix temps, com d'unes formes sonores i d'una imatge. Aquesta transparència, encara que aquest camp resta per investigar més profundament, també es pot traslladar a la cognició on les *relacions acústiques* es poden retreure o crear simultàniament a unes relacions visuals.

En l'enllaç entre estil, o influència cultural, i les parts de la música, Serafine comenta que "les reduccions analítiques tan sols poden elucidar un estil després que aquest estil hagi fet ja el seu camí en domini públic. Clarament, els resultats d'anàlisi són retroactivament descriptius d'un estil, però no són necessàriament els elements de la música" (SERAFINE: 1988, p.55). La

²¹³ L'escultura, per exemple, no és de cap manera transparent. Una escultura oculta –és a dir, no permet percebre– qualsevol altra peça esculpida que se situï simultàniament darrere el seu espai visual.

²¹⁴ Volem fer notar que potser només depenen dels processos cognitius ja que des d'una reflexió filosòfica podríem arribar a acordar que les característiques físiques les detectem i les classifiquem segons les nostres propietats perceptives i cognitives com a éssers intel·ligents. Estan, llavors, condicionades a la nostra forma d'existir. De moment, però, acceptem aquesta dualitat.

música, i els seus components²¹⁵, per tant, ja hi són presents abans de les seves teoritzacions, com, d'altra banda, és lògic. Com també havíem afirmat, la música és abans música que art, i molt més abans música que teoria.

Però hem d'entendre –d'acord amb la definició que prèviament hem construït sobre la música– que la música no és quelcom material i immòbil que puguem dissecar i dividir sense alterar la seva essència. Segons Serafine, la música “no és un objecte extern, fixat, sinó un objecte abstracte i fluït que descansa en la construcció cognitiva humana en totes les fases de la seva existència – composició, interpretació i audició”. Entenem que, tal i com diu Serafine, com a objecte –encara que abstracte i fluït–, la música de vegades pot arribar a aparèixer com a quatre versions de la mateixa expressió: la música com a composició, la música com a interpretació, la música com a audició i la música com a recordatori o memòria. Cada fase reté característiques diferents i crea aquesta concepció d'un objecte “inconstant a través del temps” (SERAFINE: 1988, p.66-67). La repetició d'una música, malgrat el seu intent de reiteració, sempre produeix un objecte dinàmic que és sensiblement diferent en alguna cosa.

Des d'aquesta perspectiva, és insostenible la idea d'una creació, d'un objecte o obra externa al coneixement de l'ésser humà. És més, la música “ha de ser definida en els termes dels processos humans que la fan concebre com a tal, des del punt de vista tant productiu com perceptiu”²¹⁶. La clau dels components musicals, per atorgar un gir a la reflexió que realitzem, es troba en el processament més que en unitats estàtiques, més en la dinàmica cognitiva i fisiològica de l'ésser humà que no pas en un element extern a ell. Aquesta visió evolutiva i imprecisa –en contra d'una de fixa i irreplicable²¹⁷– de la música

²¹⁵ Per a Serafine, aquests components són *blocs de construcció cognitiva* (“cognitive building blocks”), que són, en definitiva, els processos a partir dels quals la música és creada o escoltada (SERAFINE: 1988, p.55).

²¹⁶ SERAFINE: 1988, p.67.

²¹⁷ Podem pensar que un mateix enregistrament és repetible. Però si tenim en compte que una de les fases irrenunciables de la dinàmica de la música, com a objecte abstracte i fluït, és la fase de la percepció i, encara més, la de la interpretació –interpretació cognitiva o descodificació–, hem de considerar que aquestes poden variar i produir resultats cognitius i

coincideix amb la visió més comuna que es té de la música popular o ètnica, potser la menys afectada per la reflexió i la sistematització teòrica i institucional.

Aquest és, alhora, un plantejament que atorga un rol massa central al subjecte ja que “no existeix cap so musical fins que el subjecte l’inventa o l’al·lucina”²¹⁸. Ens trobem llavors davant d’un procés de *construcció subjectiva* on el subjecte adquireix tal protagonisme i activisme que es localitza l’organització dels esdeveniments musicals en l’activitat –natura, possibilitats i estructura– dels seus processos cognitius. És a dir, com comenta Serafine, “l’organització resideix en la ment, no en la peça” (SERAFINE: 1988, p.70). Tot i així, la *construcció subjectiva* pressuposa l’*existència-com-a-objecte* d’una agrupació finita de sons musicals en l’ambient extern. Cal aclarir que aquesta existència no és necessària per a cada moment en què es produeixi un pensament musical, sinó, com a mínim una vegada per poder rebre l’*input* de les dades i característiques musicals²¹⁹.

El més destacable d’aquest darrer punt és que la implicació d’una activitat auditivo-cognitiva, que només es refereix a sons, descarta i impedeix la introducció d’unitats o elements nominatius, analítics, com serien els conceptes d’acord, escala, entre d’altres. I, sobretot, que les veritables unitats es troben a la ment humana. És evident que tot depèn de la definició i concepte que acceptem per *música*. Amb una definició com la que ja hem presentat, on prima la relació cognitiva sobre els sons, però que es pot donar perfectament en absència d’aquests, les unitats de la música són molt més dinàmiques i generals

emocionals ben diferents segons l’estat general del subjecte que sent, escolta i descodifica en un moment determinat o en un altre.

²¹⁸ SERAFINE: 1988, p.69.

²¹⁹ Serafine aclareix que “la definició [de pensament musical] emfatitza l’activitat auditivo-cognitiva -això és, pensament que té a veure amb sons– i exclou tot aquell pensament que no implica so. *So* aquí, l’entendríem no només com a sons veritables existents a l’entorn físic, sinó també com a imatges mentals dels sons que esdevenen internament –és a dir, sons ocorrent en la imaginació” (SERAFINE: 1988, p.70).

ja que passen a ser *processos* en lloc de delimitacions conceptuals o fins i tot delimitacions físiques²²⁰.

¿Són els processos cognitius, llavors, les unitats que busquem? Sens dubte, tant la capacitat i habilitat com la forma de processament amb què la nostra ment rep, analitza i emmagatzema la música pot ser vinculant en com nosaltres dividim o entenem la música. Les característiques inherents i constitutives dels processos han de marcar per força els resultats que produïm i dels quals som conscients²²¹. Seria realment un gran canvi conceptual rebutjar una unitat clara, fixa i generalitzable per acceptar-ne en lloc seu una d'internament personal, dinàmica i variable: una forma d'entendre.

L'arrel de la divisió musical està en la pròpia definició de cognició musical que és l'activitat de pensar temporalment amb sons, tant simultanis com successius (SERAFINE: 1988, p.72). Els processos hauran de recollir i diferenciar aquesta dualitat de simultaneïtat i successió i, també, la dicotomia de temporalitat/no-temporalitat²²².

Les activitats de compondre, escoltar i tocar música, per tant, malgrat que poden partir de motivacions i habilitats diferents, sorgeixen o es basen en un grup comú de processos cognitivo-musicals bàsics²²³. Tots aquests actes generen música, cognitivament parlant i, en aquest sentit, no hi ha cap diferència entre la música que en sorgeix. Les possibles diferències són o bé contextuals,

²²⁰ Hem de fer entendre que una mateixa música, com a forma sonora física, és a dir, representable i reproduïble mitjançant uns paràmetres acústics, pot ser entesa, dividida, i mesurada de forma diferent segons les capacitats i característiques cognitives del subjecte receptor. D'altra banda, però, en un pla plenament especulatiu, resulta difícil notar i fer constar aquesta diferència dins d'una mateixa espècie. Seria un experiment interessant investigar com entenen un fragment musical diferents espècies animals.

²²¹ Dues qüestions ens refermen en la importància de la nostra fisiologia cognitiva: ¿podem ser capaços d'imaginar, és a dir, crear de nou, una música que no es pugui sentir, això és, que no sigui audible?

²²² Quin seria el contrari de *temporalitat*? Amb aquesta dicotomia, Serafine es refereix més aviat al concepte també anglosaxó d'activitat *on line* i activitat *off line*; això és, una activitat exercida al mateix temps que es rep la informació d'aquesta activitat (escoltar mentre es perceben els sons musicals) o una activitat que és realitzada en un altre moment, sense una vinculació directa a allò que en el moment de la realització s'està percebent (per exemple, recordar una melodia: en aquell moment no es percep físicament). No seria comprensible d'una altra forma, ja que no podem evitar ser i actuar dins de la temporalitat –sobretot pel fet de *ser*.

²²³ SERAFINE: 1988, p.71.

degudes a l'ambient i entorn físic, o bé en els processos específics necessaris per a cada activitat. En aquest cas, els processos, no són tots cognitius ja que l'acte d'escoltar requereix una fase de percepció i, posteriorment, una fase cognitiva, cosa que en la interpretació musical podria ser a l'inrevés –primer, cognició, codificació, processos físics d'emissió i retroalimentació a través d'una percepció i processament cognitiu del resultat emès–, i en el cas de la composició poden ser només cognitius.

L'acte d'escoltar música, l'audició, seria llavors “una organització i construcció activa dels esdeveniments temporals sentits en una composició” (SERAFINE; 1988, p.71). Per a Serafine, aquests processos comuns sempre són actius. La part comuna, com ja hem descrit en introduir la cognició musical, és aquesta voluntat d'ordenació, organització, l'activitat del procés, el tracte amb esdeveniments temporals i la referència a unes determinades *relacions acústiques*.

L'autora considera que, encara que no s'ha pogut comprovar científicament amb un total rigor, els processos cognitius comuns són *quasiuniversals* i *panestilístics*, independents de l'estil musical. Per aquesta manca d'experiments que corroboren la teoria universalitzadora, Serafine prefereix anomenar-los *processos cognitius genèrics*, tot i atorgar-los les dues característiques esmentades. Són concebuts, per tant, com a processos propis de la configuració cognitiva humana, generals a l'ésser humà i sense una influència cultural. L'home, però, no viu fora de la cultura. És per això que Serafine entén que aquests processos, tot i ser comuns, “tenen lloc en el marc d'un llenguatge o estil particular, el qual varia les regles i principis que empra”. Els principis estilístics són també cognitius i defineixen “com els participants d'una comunitat musical concreta entenen aquell estil específic que comparteixen” (SERAFINE: 1988, p.73).

Els processos genèrics es divideixen immediatament en dues tipologies que responen al present condicionant de la temporalitat i a la forma de realitzar l'activitat auditivo-cognitiva: *on line* o *off line* (al mateix temps que la

percepció física o no). Serafine els anomena *processos temporals* i *processos no temporals*, respectivament, i es refereixen els primers a les relacions d'esdeveniments discrets (successió i simultaneïtat), i els segons, els que afecten a “proprietats més generals i més formals sobre grans seccions d'una peça de música (conclusió, transformació, abstracció, i nivells jeràrquics)” (SERAFINE: 1988, p.74). Mentre que els processos temporals actuen sobre els elements percebuts ara mateix, produint una identificació de la dimensió successiva i la dimensió simultània, els processos no temporals recuperen material ja processat –cognitivament i perceptiva– i per tant entren indispensablement la memòria i la imaginació per tal de retreure i comparar el material emmagatzemat.

Els subprocessos de la dimensió successiva, en el model de Serafine, són:

- 1) **Construcció idiomàtica:** es concep una unitat bàsica i coherent, que pot ser qualsevol bloc de sons coherent que actua com una unitat cohesionada. Aquesta es manté patent a la memòria de l'oient i pot ser ampliada o modificada respecte de la seva forma original. La coherència de la unitat depèn en gran mesura del seguiment de les regles d'algun “idioma” (estil).
- 2) **Encadenat motívic:** el procés acumulatiu o additiu pel qual dues o més unitats (o motius) són combinats successivament en un més gran. El procés és *retroauditiu* ja que el tot es va construint successivament, com una extensió o un desplegament, del qual hom només esdevé conscient en una mirada enrere (*hindsight*). El tot és conegut només en l'experiència de la successió temporal.
- 3) **Patronatge:** quan els motius o les unitats s'encadenen repetitivament, apareixen els patrons. Els tipus primaris de patrons són la repetició i l'alternança (en música tonal poden ser combinats amb modulació i produir seqüències) comunes a tota la música. Els patrons creen dos tipus d'expectatives: continuació i cessació.
- 4) **Fraseig:** intents a gran escala d'agrupar esdeveniments musicals en estructures o frases, siguin o no iguals en longitud. (SERAFINE: 1988, p.74-77).

En canvi, els sub processos de la dimensió simultània serien, segons la mateixa autora:

- 1) **Síntesi tímbrica:** combinació de dos o més timbres (colors instrumentals, per exemple) amb la característica que aquesta síntesi pot abraçar des de fortes barreges unificades a juxtaposicions separades diferents²²⁴.
- 2) **Síntesi motívica:** la composició de dos o més motius o unitats en un context simultani, com múltiples melodies o patrons rítmics.
- 3) **Abstracció textual:** l'organització d'àrees simultànies o corrents d'activitat²²⁵. Això és, el collage de sons simultanis que ha estat identificat mitjançant la forma en què la composició ha de ser subdividida (verticalment) i com ha de ser organitzada, de manera que emergeix una textura identificable (SERAFINE: 1988, p.77-78).

Si els processos temporals feien referència al fet obvi que “els esdeveniments musicals sempre estan disposats en alguna relació temporal entre un i un altre”²²⁶, els processos no temporals, per altra banda, “s'ocupen de les propietats internes, abstractes i formals de passatges musicals i no estan lligats a relacions temporals *per se* (...) Els processos no temporals són formals en el sentit que la reflexió formal [com una anàlisi musical²²⁷] s'empra per articular-los o descobrir-los” (SERAFINE: 1988, p.232). L'autora matisa immediatament que, per descomptat, tots els processos “són temporals en el

²²⁴ Segons Serafine, basant-se en el seu treball experimental, “els nens de tres i quatre anys reconeixen els timbres com a entitats simples però els costa molt de reconèixer una síntesi, fins i tot quan està composta de timbres ben dispars (per exemple, campana i tambor)”. Això suggeriria que la percepció simple i la memòria no són suficients per a l'operació de síntesi tímbrica; “sembla que una operació cognitiva més avançada és necessària per combinar i sintetitzar”, diu l'autora (SERAFINE: 1988, p.78).

²²⁵ És l'exemple de com la ment humana constitueix i atorga significat a les *relacions acústiques* en un nivell més gran, més global. Així, per exemple, la identificació de textures com l'homofonia, la polifonia o la monofonia es troba arreu de les diferents cultures i comunitats musicals (SERAFINE: 1988, p.79).

²²⁶ “Un esdeveniment es troba òbviament abans o després que un altre (successió) o ocorre al mateix temps (simultaneïtat)” (SERAFINE: 1988, p.231-232).

²²⁷ *Anàlisi musical* en el sentit d'una *inspecció cognitiva sobre un element musical*; seria l'equivalent d'una descodificació, comparació, classificació i interpretació d'unes *relacions acústiques* musicals. Cal evitar, doncs, l'accepció més acadèmica o teòrica incrustada en la disciplina musical i basada en una normativa extraauditiva.

sentit que tota la música és temporal –és a dir, que es desplega en el temps”²²⁸. Cal remetre aquesta etiqueta classificatòria al concepte abans introduït d’acció *off line*, en termes anglosaxons, i que en aquest context es referiria a les operacions musicals cognitives realitzades amb elements o materials que no es processen en el mateix instant; és a dir, operacions sobre fragments musicals ja processats²²⁹, encara que aquest processament hagi estat molt pròxim.

Les operacions o subprocessos no temporals serien:

- 1) **Tancament**²³⁰: fa referència a punts d’èxtasi i estabilitat que impliquen final i que són creats i inherents a la mateixa música. Seria la detecció d’un punt cadencial o estructural, indicat per la mateixa dinàmica musical. Encara que és un procés panestilístic, cada estil el produeix d’una forma diferent.
- 2) **Transformació**: és la font més general per les relacions de semblança/diferència, per la natura i grau de semblança i diferència entre dos esdeveniments musicals que poden ser descrits lògicament per les passes que s’haurien donat en transformar un esdeveniment en l’altre²³¹. Genera molts dels efectes d’unitat d’una peça musical. Serafine distingeix tres tipus de transformació:
 - 2.1.) Transformació relativa: inclou (a) identitat o repetició exacta – només amb un desplaçament temporal–, i (b) repetició amb canvis figuratius com transposició de to o registre, canvis de mode, *tempo*, acompanyament o elements dinàmics.
 - 2.2.) Ornamentació: inclou l’alteració d’un esdeveniment musical mitjançant l’afegiment, juxtaposició o sobreimposició d’altres

²²⁸ SERAFINE: 1988, p.80.

²²⁹ Potser seria més clara la idea d’operacions sobre fragments musicals ja percebuts, perquè marca clarament dos pols d’acció, la percepció i la cognició, els quals sembla més entenedor que puguin produir-se en temps diferents. Però aquesta presentació no coincidiria amb els nostres plantejaments que, com ja és sabut, prediquen que si bé la cognició musical es pot produir simultàniament amb la percepció de so, també es pot donar en absència de so. És per això que el verb ‘processar’ pot incloure tant la percepció com la cognició en un procés genèric de creació/recreació musical mentalment.

²³⁰ L’original en anglès seria *closure*.

²³¹ Qualsevol element, musical o no, podria ser transformat en un altre si ens permetem un nombre il·limitat de passes que el modifiquin. Però això seria des d’una perspectiva lògica. En aquest sentit, la transformació només atén aquells esdeveniments musicals transformats “que resultin d’una percepció auditiva de semblança o, com a mínim, una experiència auditiva de unitat i cohesió” (SERAFINE: 1988, p.81).

esdeveniments, normalment amb un resultat que és substancialment més canviat que amb la repetició relativa. Els resultats de l'ornamentació preserven l'esdeveniment original intacte, com la bastida/estructura sobre la qual qualsevol altra cosa ha estat afegida.

2.3.) Transformació substantiva: en aquest cas, l'esdeveniment transformat es pot relacionar recognosciblement amb el seu original, però per mitjans més abstractes. Per exemple, només es preserva el contorn i les transformacions s'apliquen als ritmes i a les seqüències tonals.

3) **Abstracció:** és el procés mitjançant el qual algun aspecte d'un esdeveniment musical es separa i és considerat a part del seu context original i es reubicat en qualsevol altre lloc de la composició. Existeix, així, alguna relació o connexió entre l'aparició original i l'aparició posterior. Podem distingir dos tipus:

3.1.) Abstracció motívica: s'esdevé quan una subunitat o fragment d'un tema s'aparta i es reutilitza en un nou tema.

3.2.) Abstracció de propietats: apareix quan alguna propietat general – només el patró rítmic, el patró tonal, o una progressió harmònica, per exemple – s'abstrueix d'una secció i es repeteix en una altra.

4) **Nivells jeràrquics:** és la construcció que realitzem dels sons al llarg d'un continu de *més important* a *menys important* i que ens permet organitzar i dotar de sentit a un grup de sons múltiples. La designació de *més* i *menys* important, però, no és descriptiva de la funció estètica de certs tons o sons; es tracta d'una estructuració organitzativa basada purament en qüestions físiques o acústiques²³² (SERAFINE: 1988, p.80-85).

Amb tot, més que aquestes accions o processos en si mateixos –ja que gairebé tots també es podrien realitzar analíticament sense fer, saber o sentir la música– la unitat fonamental seria la capacitat cognitiva per a la seva realització en un

²³² No seria només una distinció de greu a agut, per exemple, o de la textura simultània, sinó també entre els sons successius d'una tonada, uns més recordats o percebuts com a centrals i altres potser oblidats o entesos com a secundaris. Per exemple, les ornamentacions o variacions en la música popular tradicional.

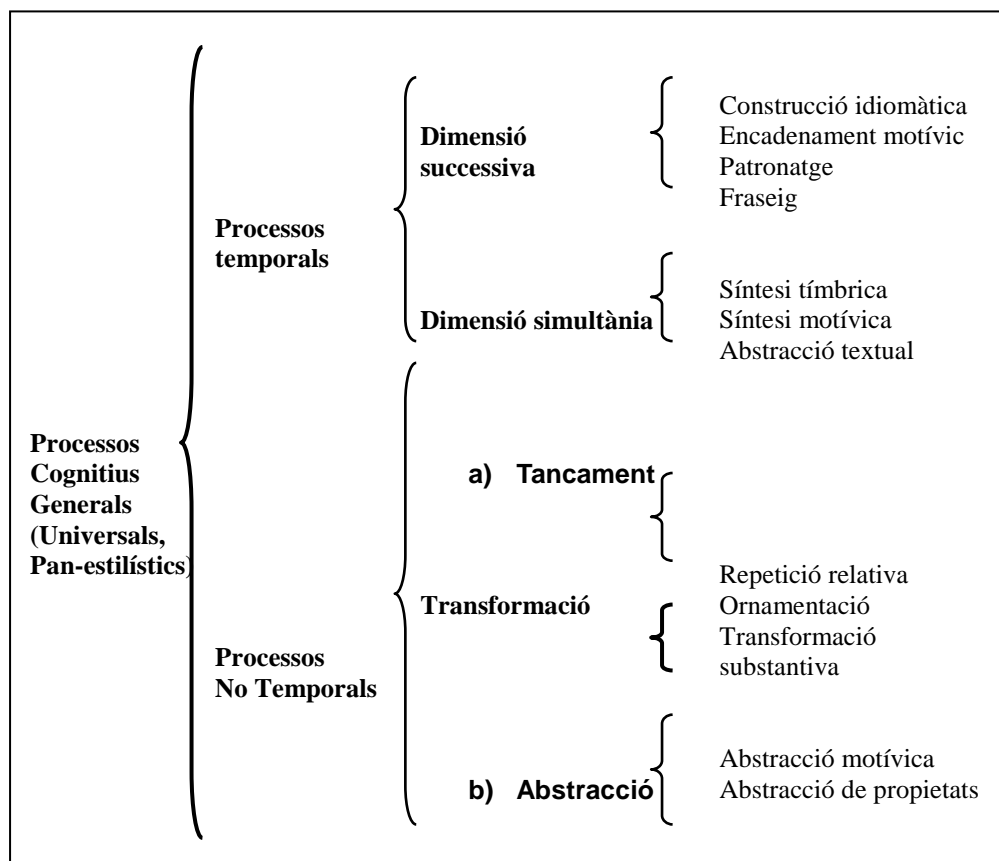
context acústic –amb sons o amb les *relacions acústiques* referides a aquells sons. És a dir, l'abstracció tant *motívica* com *de propietats* seria aquell procés que ens permet copsar i identificar de manera auditiva i cognitiva aquests canvis de context, més que el raonament i descripció dels canvis en si mateix. A més a més, totes aquestes operacions, amb un gran protagonisme –a vegades indispensable– de la memòria i la capacitat d'identificació, situen la música novament en un context preeminentment mental, interior.

És per això que, en la definició de música com a cognició, l'obra “no es considera un objecte extern clarament especificat, sinó més aviat, una entitat subjectiva, interna, que brolla d'operacions mentals”, com ja havíem insinuat (SERAFINE: 1988, p.233). La investigadora nord-americana aporta com a argumentació per a aquest punt els resultats dels seus experiments empírics amb infants i joves, on els participants havien de reconèixer i realitzar els processos abans descrits. Les dades mostren una variació segons l'edat i, acollint-se a aquesta premissa, Serafine justifica la subjectivitat i la immaterialitat de l'obra musical basant-se en el fet que la comprensió musical canvia des de la infantesa fins la maduresa, tot i que, aparentment, l'objecte musical extern en termes clàssics és el mateix per a tots. Així, en una mateixa melodia, les relacions musicals que les diferents edats hi distingeixen són prou variades i diferenciades.

La percepció, per tant, on es podrien encabir les anàlisis basades en unitats fixes i conceptuals, resta tan sols com un mitjà o una fase prèvia al veritable fet musical. Això s'expressaria clarament com que, normalment, “la percepció és un company necessari per entendre la música, però el seu estudi no és una finestra a com s'esdevé la comprensió musical” (SERAFINE: 1988, p. 92). La psicoacústica i la psicologia de la percepció ens pot ajudar a entendre què ens arriba a la ment, quins filtres hi posem i, més o menys, quines dades entren al nostre processador cognitiu; però, d'altra banda, la percepció no ens indica de

cap de les maneres què és el que fem *allà dins* amb les dades, quins processos apliquem i com²³³.

Gràfic 3.1. Classificació dels processos cognitius segons Serafine



En el terreny de la percepció tractem amb les sensacions²³⁴. Els sentits, com a mitjancers entre el món real i el món que percebem estan, per tant, implicats.

Segons Serafine, en el domini de la sensació, el principal criteri d'excel·lència és fonamentalment el plaer o la bellesa. La música, però, pertany segons l'autora al reialme de la cognició on la comprensió de l'organització és la característica definitiva. El principal criteri d'excel·lència de la cognició –i, per extensió, de la música– és l'organització (SERAFINE: 1988, p.235).

²³³ En un símil senzill, estudiar les dimensions de la porta d'una fàbrica ens ajudarà a comprendre què pot entrar-hi i què no, i el que entra, com ho pot fer; ara, l'estudi de la porta en si no ens aportarà cap informació de quines operacions es fan a dins, en quines fases, amb quins procediments, etc.

²³⁴ Segons el Diccionari de la Llengua Catalana, *a*) acció de sentir; l'efecte o *b*) Impressió causada en el subjecte mitjançant els sentits (CARRERAS: 1985, p.1429).

Per això, Serafine afirma categòricament:

Aquest tipus de confusió entre el *nivell-inferior* de la percepció i el *nivell-més elevat* de les cognicions ha causat massa problemes. Buscar banalment en el domini de la percepció del to una explicació de la música és el resultat de la falsa suposició que la música pertany principalment al domini de la sensació i la percepció més que al domini de la cognició.

SERAFINE: 1988, p.236

Conseqüentment, sobretot per aplicar aquesta teorització al nostre treball analític audiovisual, hem de distingir obligatòriament dos nivells, com a mínim, de diferenciació o segmentació musical. Per una banda les accions processals cognitives relacionades amb l'exposició i teoria de Serafine. Aquestes representen les possibilitats, les capacitats i la forma d'interacció del nostre *jo cognitiu* i intern amb la música i com per raons organitzatives la ment la disseca i la interpreta. D'altra banda, les unitats externes, entre les quals podem distingir les psicoacústiques i les analítiques. Aquestes darreres es poden adquirir a un nivell molt expert, que implicaria tot el llenguatge musical i la seva versió escrita, així com teories segons cada cultura per a la combinació i creació musical. Les externes psicoacústiques, en canvi, implicarien unes unitats perceptivo-cognitives que es podrien identificar amb una immersió cultural bàsica, pertanyent a la comunitat musical corresponent.

Aquestes segones unitats analítiques, perceptivo-cognitives, condicionades per la psicoacústica i els processos cognitius de Serafine, serien: el motiu i la frase musical –que inclouria les subfrases–, a un nivell melòdic o horitzontal, i la distinció entre línia dominant i d'acompanyament, l'harmonia, la instrumentació i el ritme, a un nivell secundari o submís. Cal fer un esforç per desvincular aquests conceptes de l'analítica més tradicional. Aquests principis unitaris es regirien per les normes psicològiques de bona continuïtat experimentades i teoritzades per la Gestalt. Estan vinculades a la configuració i a la natura de la ment humana i del seu sistema de filtres per assumir el món exterior: els sentits. Aquestes unitats són igualment unes determinades disposicions de les *relacions acústiques* processades cognitivament. Podem

imaginar i crear un motiu o una frase, perquè tenim assumides les *relacions acústiques* que el fan possible, que el componen.

3.4.2. El so com a matèria conductora

No podem considerar el so com a matèria primera de la música perquè podem concebre la cognició musical sense so físic i, sobretot, perquè hi ha molts més sons que no són música i, per tant, allò que és la base de la música no pertany al so. Com diu Chion, la música, relacionant-la amb el so, “és una expressió on el so ja no és més que un punt de pas, una encarnació facultativa” (CHION: 1999, p.203). És a dir, que més que com a matèria primera és més lògic considerar el so com a matèria conductora, com a element que transporta i constitueix la música. Per altra banda, Chion afirma que, precisament, la qualitat sonora o l'autèntica matèria sonora de la música –citant la música occidental– es diferencia clarament de la resta de sons que l'investigador francès anomena *sons del món real*²³⁵.

Chion distingeix en els sons musicals unes característiques específiques diferents dels sons restants, com per exemple, una forma específica diferenciada, una organització segons una llei molt precisa, i el fet de procedir d'una font sonora catalogada com a instrument dedicat exclusivament a fer música –un instrument musical . La suma d'aquests tres elements, que el filòsof tampoc no precisa en excés per la seva complexitat, seria l'equivalent acústico-musical a l'enquadrament d'una obra pictòrica: seria el marc que distingeix i separa la música (CHION: 1999, p.229).

Coincidim amb Chion en el fet de destacar l'organització i la forma com a components definitoris de la música. Ja ho havíem comentat que, potser, aquesta organització i forma són més aviat capacitats cognitives que no pas elements físics perceptibles. Però per a Chion, la musicalitat és una qüestió

²³⁵ CHION: 1999, p.229. Aquesta distinció confrontada amb els *sons del món real* sintetitza dos valors abans exposats de la música: primer, que la música és provocada, produïda, és a dir, que no es troba lliurement en estat natural al món, sinó que s'ha de construir; i segon, conseqüència de la primera part, que només l'home –com a mirada egocèntrica i jeràrquica– pot ser el constructor o productor de la música que adquireix una qualitat humana.

perceptiva: per a l'autor francès, uns sons “amb forma forta i perfilada”, que serien components de la música, “fan distingir aquests del soroll quotidià, normalment feble i continu”. Aquest aflorament, purament perceptiu, es produeix per contenir més informació, per una “emergència perceptiva” (CHION: 1999, p.230-231).

En canvi, l'organització com a component musical, Chion la planteja com un joc de valors dins un sistema, una interacció entre paràmetres que no queda molt lluny de les *relacions acústiques* que nosaltres plantejàvem excepte perquè Chion ho situa en un pla psicoacústic. En aquest joc de valors, un so musical té un determinat valor només respecte del conjunt, és a dir, en relació amb els sons anteriors i posteriors i els seus paràmetres corresponents. Chion, llavors, coincideix amb Serafine en el fet que un so musical aïllat –una nota– deixa de ser música i, per tant, no es pot analitzar com a tal²³⁶. Chion descriu el procés de *musicalització* d'un so, és a dir, de creació d'un sistema de valors que acaba sent música de la següent manera:

“‘Sonar’, en francès, designa tant l'aparició d'una tònica com la lliure vibració del so fins a la seva extinció. La nota seria, d'aquesta manera, allò que d'un so extreu un valor (clarament, un valor d'alçada [freqüència]) que emergeix a la percepció (...) Aquesta emergència permetrà a aquest so entrar en una cadena d'altres sons, que comprendran el seu mateix valor però en diferent grau i que, entre ells, compondran, sobre la base dels seus caràcters comuns, relacions pures de valors”.

CHION: 1999, p.238-239

Per a Chion, aleshores, l'alçada –la freqüència en termes físics– és un element indispensable i alhora definitori de la música. Això sí, en combinació amb d'altres variacions d'aquest paràmetre. Recollint la idea de Schaeffer, per a Chion és “l'emergència sensorial privilegiada dels sons tòncics”, que ell considera ineludible i universal, la que provoca a l'oïda la diferenciació qualitativa entre nota i soroll. En aquesta diferenciació, Chion inclou factors culturals i ideològics (CHION: 1999, p.243).

²³⁶ “No té sentit, acústicament, pensar que qualsevol component de la música és forçosament un so musical” (CHION: 1999, p.216).

L'alçada, per tant, acaba erigint-se en la teoria de Chion com un dels elements característics de la música. Chion la defineix com “la percepció qualitativa de la freqüència, un fenomen físic quantitatiu”, i considera que aquest paràmetre crea un sistema alçada-patró de referència en poder-se expressar –en la música occidental, novament– de forma absoluta i precisa²³⁷. I l'investigador francès apropa aquesta idea de l'alçada a la de les *relacions acústiques* –mantenint, però, la seva exposició en un pla eminentment perceptiu– quan diu que a l'hora d'escoltar música “percebem intervals, entre els quals existeix una relació d'ordre en el sentit matemàtic (el Re està entre el Do i el Mi), uns intervals que mesurem en unitats calibrades (semitons i tons, que unifica la gamma temperada), però no relacions absolutes” (CHION: 1999, p.204-205).

Chion insisteix en aquesta *relació d'ordre*, aspecte que considerem essencial ja que l'ordre, com a concepte mental i, fins i tot, personal, està inclòs i definit en un pla cognitiu. Chion coincideix parcialment en aquesta premissa quan afirma que “no és el so allò que produeix un efecte –físic o mental–, sinó la seva escolta” (CHION: 1999, p.179). Per tant, no hem de buscar l'essència musical o de l'ordre en les vibracions físiques anomenades *so*, sinó en el fet d'escoltar-lo. La discrepància, però, seria on ubicar aquesta *escolta* diferenciadora i constitutiva d'un fenomen musical; Chion la centra en el sistema perceptiu-psicoacústic i nosaltres, com és sabut, tendim a disposar-la en forma de capacitat cognitiva, independent de la percepció.

Coincidim, però, en un ordre vertebrador de la musicalitat. A diferència del camp visual, però, aquest ordre és seqüencial, constituint el temps com l'espai respectiu del so²³⁸. “El so només existeix en el temps” (CHION: 1999, p.53 i 54). L'ordre i el sistema es va creant entre el so immediatament escoltat i el so recentment escoltat. Tot so que processem es reflecteix en la memòria²³⁹ i entra a formar part del sistema musical, essent un element configurador i de

²³⁷ CHION. 1999, p.206. Aquest patró no faria referència només a la dimensió melòdica sinó també a l'armònica.

²³⁸ També Toch diu que “idèntica divisió [que la percepció de la vista –lineal, superficial, volum i color–] podem adoptar també en els factors que concorren en tota impressió auditiva, substituint els conceptes d'espai pels de temps” (TOCH: 1985, p.16).

²³⁹ CHION: 1999, p.184.

referència. Chion ho expressa comentant que “una part d’allò que constitueix les nostres percepcions sonores o musicals depèn d’una estructura fora de temps. I això vol dir que, a la vegada que s’anuncien inevitablement en el temps, l’ocupen d’una forma lliure i elàstica”(CHION: 1999, p. 191). Per tant, “no es pot concebre cap so fora de temps, i que no tenim la possibilitat d’establir una distància temporal respecte del so” (CHION: 1999, p.191). Afegim, tanmateix, que aquest temps no ha d’estar expressat obligatòriament en un àmbit exterior; pot ser un procés –també temporal– cognitiu. De fet, hem remarcat indirectament la importància de la memòria en la construcció musical i la memòria és bàsicament un fenomen mental.

L’ordre, en tant que relacions regulars entre paràmetres, no només es troba temporalment, també pot donar-se espacialment. En la música, no obstant això, el representant de l’ordre seria la forma musical, a un nivell molt més global de la peça o element musical, i, a un nivell més detallat, el ritme. Chion reconeix aquesta facultat musical del ritme –entenen ja *ritme* com una seqüència regular que pot incloure variacions, però identificable amb l’original. Així, el filòsof francès afirma que “tot fenomen sonor que es percebi dintre d’una certa periodicitat rítmica és potencialment musical”. Ajuntant aquesta afirmació amb l’anterior tria de l’alçada com a element distintiu, el mateix Chion diu que “tota successió sonora que faci emergir una *melodia* d’alçades²⁴⁰, encara que aquesta resulti vaga, fa emergir un embrió musical” (CHION: 1999, p.225).

Chion es refereix a la successió d’alçades, però també a la rítmica, com “allò que fa emergir una lògica interna”. En el cas d’absència d’aquesta lògica interna es percep una successió de sorolls i, evidentment, no es percep la categoria de música (CHION: 1999, p.223). Chion, però, destaca la

²⁴⁰ Aquí el concepte *melodia* és enganyós ja que aquest ja inclouria també el ritme com a part essencial de la melodia. Seria més apropiat esmentar llavors una *cadena d’alçades*. Aquesta opció, però, desvetlla el veritable protagonisme del factor rítmic –com a element indispensable per a la música– mentre que deixa en un segon pla la variació d’alçades, la qual havia estat una aposta de Chion. Toch diu que “podem definir la melodia com una successió de sons de diferent alçada animats pel ritme. Ambdós factors són d’igual importància per a la constitució de la melodia” (TOCH: 1985, p.24).

importància rítmica, deslligant-la de l'exclusivitat musical i, en certa manera, definint-la com un joc de variacions:

“El ritme és la dimensió transsensorial bàsica, ja que és una percepció prenatal, percebuda especialment mitjançant variacions de pressió al voltant de la paret corporal, el ritme de la qual, com hem vist, deriva del doble ritme del cor del fetus i del cor de la mare (...) L'ésser humà té la necessitat d'un aliment sensorial consistent en variacions amb ritme, entre les quals la música n'és una. L'absència de variacions sensorials de seguida resulta difícil de suportar”

CHION: 1999, p.82

Per tant, Chion presenta el ritme com un element essencial de la música, però també de l'existència humana. I, en segon lloc, entén el ritme com un fenomen estès a d'altres sentits com la vista –ritme de figures, colors... –, però també el tacte –textures, relleus... –, etc. En aquest punt, la música seria tan sols una forma específica de crear i gaudir aquestes variacions rítmiques –variacions, simplement– a un nivell auditivo-cognitiu.

La variació és fins a tal punt essencial que Chion afirma que “si visquéssim amb un so que no es moguéss ni cessés mai, no podríem advertir-lo” (CHION: 1999, p.25). Aquesta sentència, amb la qual estem d'acord, posa de relleu novament la importància del procés cognitiu ja que, si el so es moguéss sí que el percebríem, per tant no és un problema de la qualitat física del so o dels llindars perceptius, sinó que més aviat, és un mecanisme psicològic de *sanejament de l'entorn* i de discriminació d'allò que no ens aporta cognitivament cap novetat o informació respecte del temps immediatament anterior.

Chion distingeix altres qualitats del so no exclusives –de fet, fins ara, cap ho és– de la música: la intensitat i el timbre (la durada quedaria inclosa en l'entramat del ritme que, a mode de sistema, ja inclouria les durades particulars i singulars de cada component). Del timbre ens comenta que “és per excel·lència la síntesi auditiva d'elements que, en el pla físic, estan molt més compostos: variacions de l'espectre, de la intensitat en el transcurs del so, detalls de textura, etc.” (CHION: 1999, p.208). Curiosament, només per referir-se al timbre, un element que també pot ser partícip i protagonista de variacions i esquemes, s'inclou en la seva definició també canvis i variacions, encara que

a un nivell molt més físic. Al mateix temps, Chion creu que com a qualitat no anotable, la definició del timbre en un pla musical “només pot ser tautològica: és aquella fisonomia característica d’un so musical que ens fa reconèixer la seva font instrumental” (CHION: 1999, p.208). Novament, el timbre no és una qualitat únicament existent a la música i menys encara un component que la defineixi. Per a Ernst Toch, per exemple, el timbre seria només una qualitat complementària i més aviat secundària²⁴¹.

Quant a la intensitat, Chion la defineix com “la percepció qualitativa de l’amplada, fixa o variable, del senyal físic”. De seguida, però, l’emmarca en un espai –temporal– quan esmenta que “allò que compta, abans que res, és el contrast i el context” (CHION: 1999, p.207). És a dir, que cal entendre i percebre la intensitat sempre en relació a una variació de la mateixa i, per tant, amb influència de la memòria.

De totes aquestes aportacions sobre la qualitat del so podem concloure que:

- La música no conté cap qualitat sonora que li sigui pròpia i exclusiva ja que tant la temporalitat, com la successió, i els paràmetres del so –alçada, intensitat, timbre i duració– són aspectes compartits amb altres fenòmens sonors i, fins i tot, compartits amb altres sentits.
- Tanmateix, la música destaca per sobre de qualsevol altre ordre o periodicitat sonora a causa de la seva lògica interna i organització.
- No queda definida ni per aproximació quina és aquesta lògica interna i organització pròpia de la música i que la defineix, podríem dir-ne, la seva essència. Tampoc no es prova on resideix aquesta lògica (segons diferents teories: al so, als patrons perceptius, o als patrons cognitius)²⁴².

²⁴¹ “El color en la impressió visual, té també la seva correspondència en el camp auditiu en el que anomenem el timbre d’un so, el qual es diferencia també per mode essencial de la línia i de la superfície. De la mateixa manera que el color acompanya com a qualitat artística a les impressions de línia i superfície visuals, s’afegeix el timbre com a qualitat sonora a les impressions de línia i de superfície auditives, és a dir, a la melodia i a l’harmonia” (TOCH: 1985, p.20).

²⁴² John Blacking, però, en un postulat que assumim afirma que “la noció d’ordre sonor –tant si és innat com adquirit o les dues coses alhora– ha de ser ja dins la ment abans que es manifesti en forma de música (BLACKING: 1994, p.30).

- Concebem, en canvi, les *variacions* –concepte més ampli que el ritme– com un dels factors bàsics per a la musicalitat i l’existència humana en general.
- Podríem especular, llavors, si són les variacions –rítmiques, melòdiques, harmòniques, tímbriques, dinàmiques, etc. –, juntament amb una certa periodicitat i regularitat, l’element que defineix la música²⁴³.
- Els components de la música, per tant, serien elements abstractes, intangibles i de materialitzacions infinites si ens referim com a tals a la periodicitat i la regularitat d’uns patrons que combinen totes les qualitats i paràmetres abans esmentats. Els components són, en definitiva, indestruïbles i inclassificables, sota aquest punt de vista.
- A més, en aquesta codificació/descodificació de patrons musicals tindria una gran influència la dimensió cultural, que afegiria característiques i possibilitats singulars segons una zona o una altra.

En tot cas, acordem amb Chion que, sigui el que sigui, en una certa sublimació, “la música faria passar allò que és sonor a un pla molt distint” (CHION: 1999, p.222).

3.5. El silenci: natura i funció

Descriure i parlar del silenci porta una dificultat afegida a causa de la varietat d’accepcions existents, algunes errònies o confuses. Sovint s’identifica el silenci com *l’absència de so* quan, per la nostra singularitat perceptiva, mai estem sense percebre cap so²⁴⁴. Malgrat això, alhora, Rodríguez planteja en el mitjà audiovisual *l’efecte-silenci*, una sensació perceptiva de silenci que es pot produir mentre un so es manté, però reduït en uns paràmetres determinats la seva intensitat, com veurem més endavant.

²⁴³ Invertint la idea de les variacions com a essència musical, si aquestes són també necessàries a la vida humana, potser allò típicament musical és tot el contrari: una certa regularitat i un patró d’expectatives complertes i incomplertes.

²⁴⁴ Segons Chion, “l’oïda és un sentit involuntari” i el so és inevitable en percebre l’atmosfera sonora com un contínuum (CHION: 1999, p.45 i 213).

La introducció d'un mitjà que emmarca el silenci –el silenci produït en el transcurs d'un film, per exemple– no simplifica la diversitat i introdueix encara més confusió ja que es pot donar la situació que en el missatge audiovisual hi hagi silenci o *efecte-silenci*, però en el context real de l'espectador no, o viceversa. Aquest seria un silenci referencial i fàtic alhora ja que recorda el context del món real on el públic veu la pel·lícula i, al mateix temps, és el resultat de la interacció –en aquest cas, atenció unidireccional– amb el missatge del film.

Però encara més, aquesta doble situació de silenci sobre o sota un pla sonor pot produir-se dins del mateix film i també en un passatge musical on, d'acord amb les lleis gestàltiques de la bona continuïtat²⁴⁵, una veu silenciada es percep com a tal mentre altres veus o un fons musical continuen la seva exposició sonora. Igualment, pot ocórrer que el silenci aflori perquè un so persistent, homogeni i continuat s'atura, cosa que produeix la paradoxa que és l'absència d'aquest so, el silenci, allò que ens fa *sentir* aquell so (CHION: 1999, p.25). La finalització d'uns sons i el començament d'uns altres dificulten la identificació del silenci. Per embolicar encara més la troca, també es pot parlar d'un so o una música que evoquen el silenci, creant llavors una dicotomia paradoxal²⁴⁶.

Totes aquestes tipologies i d'altres que en poguessin sorgir seran analitzades en el punt 3.7. *El silenci audiovisual*, dedicat a aquest fenomen. Ara per ara, ens pertoca esbrinar la definició essencial del silenci i la seva natura així com la relació d'aquest amb el so i, concretament, la música.

Per començar, cal fer notar que el silenci absolut tan sols existeix conceptualment però no a la realitat²⁴⁷. Podem concebre un silenci absolut com

²⁴⁵ Rodríguez presenta els sis principis de la inèrcia sonora, recollits per Bergman, i que són, en essència, els mateixos que proposa l'escola Gestalt (RODRÍGUEZ: 1998, p.160).

²⁴⁶ John Cage assegura que prefereix "el so del silenci", i que el silenci, avui dia, és el so de la circulació, sempre diferent. Cage defineix el silenci com a "so que no parla", és a dir, so que no aporta informació (CHION: 1999, p.95-96).

²⁴⁷ Filosòficament, també es podria qüestionar si pot existir conceptualment qualsevol cosa que no hem pogut experimentar, entenent que el nostre coneixement i capacitat intel·lectual per conceptualitzar es nodreix de les nostres percepcions del món real.

la *total absència de so* i, fins i tot, podem intentar imaginar-lo²⁴⁸: a l'espai, per exemple. Però en el nostre món real, el món perceptiu i quotidià, el silenci absolut no existeix ja que sempre percebrem un so o un altre, incloent els nostres propis sons interiors en un cas d'aïllament extrem²⁴⁹. El silenci com a absència total de so queda relegat, queda clar, a una categoria semàntica i conceptual, però gens funcional, no equiparable o traslladable a cap situació real o, fins i tot, de ficció.

De fet, atenent la importància de les variacions de paràmetres en la percepció i ordenació tant del so com de la música, hem de creure que allò que anomenem *silenci* també pot estar-hi vinculat. Segons Chion, ens enfrontem auditivament a un contínuum sonor inevitable; però, en aquest cas, la continuïtat no es troba en el fenomen físic de les vibracions sonores. El mateix autor francès ja assegura que, a part d'un mitjà conductor, el so només és possible quan hi ha un moviment, quan un objecte es mou, i, a més a més, quan aquest esdeveniment és sonor. Per tant, estem envoltats d'esdeveniments sonors, però que comencen i acaben, que no són eternament continuats.

És, per tant, el nostre intel·lecte perceptivo-cognitiu el que cerca nous fenòmens sonors quan un s'exhaureix. “Hem de fer que un so calli perquè un altre so existeixi”, diu poèticament Chion (CHION: 1999, p.110). La variació, el moviment d'un so és, per tant, doble ja que “emergeix de la desaparició d'un altre, i, fins i tot, de la seva pròpia desaparició –quan el cessament fa que tinguem consciència d'ell a posteriori”, diu Chion²⁵⁰. Aquest moviment està plenament integrat en una percepció conjunta, d'un sistema, on els sons tenen un valor o un altre respecte dels que escoltem prèviament i després. És per això que Chion afirma que “allò important del so són una sèrie de variacions en el temps i l'espai i que podem considerar que es poden transportar, al menys parcialment, a altres marcs sensorials” (CHION: 1999, p.77).

²⁴⁸ També podem dubtar que puguem imaginar, crear mentalment, qualsevol cosa que no som capaços de percebre. Posaríem en qüestió, per tant, que realment poguéssim concebre un silenci cognitivament.

²⁴⁹ RODRÍGUEZ: 1998, p.148-149.

²⁵⁰ CHION: 1999, p.71.

Tota aquesta introducció anava destinada a concebre el silenci des d'una perspectiva diferent. Més que com a absència de so, podem entendre el silenci com un element més de variació. El silenci seria, llavors, la interrupció auditivo-cognitiva d'un so o pla sonor específic. El silenci, en aquest sentit, no és només auditiu i podria tenir un equivalent en altres sentits. El silenci, per tant, és l'aturada, el cessament d'un so específic, però també la *no-presència* d'aquell so concret²⁵¹. En aquest sentit, diferents *silencis* –és a dir, *no-presència-d'un-so-específic*– poden també coexistir simultàniament i independent en diferents nivells o plans sonors de la realitat que escoltem.

El terme *so* ja conté de per si diferents accepcions. Tant pot significar les ones físiques vibrant com la sensació que produeixen aquestes ones mitjançant una impressió en el nostre cervell (CALVO-MANZANO: 1993, p.83). En aquest segon supòsit, que s'acosta més al nostre plantejament, es pot donar el cas d'unes vibracions –un so físic– que no ens exciti l'òrgan auditiu –per les nostres limitacions fisiològiques– i que, per tant, no ens produeixi cap sensació, no provoqui cap so concebut mentalment. Seria això silenci? Més aviat no, perquè no tindríem una *sensació sonora* amb què contrastar la seva absència. Més que el fet de ser-hi i no poder ser percebut, el silenci evoca la idea de cessament, de no ser-hi i evita així ser identificat amb ultrasons, infrasons i emmascaraments –els quals, de fet, sí que hi són. És per aquest raonament que ens inclinem a creure que el silenci té un fort component cognitiu, sobretot en la seva definició. I, en segon lloc, el silenci sorgeix més pròpiament d'una comparació o un contrast que no pas d'uns paràmetres definatoris propis.

La natura del silenci, com a component d'una dicotomia potent, és el seu soci mateix, el so. Chion diu que no percebríem un so inalterat i continu; ¿percebríem un silenci inalterat i continu, doncs? Tant un com l'altre són variació; el silenci, específicament, és un tipus de variació simètricament oposada al so, és el *no-so*. Si Chion afirma que el so és “un *no-objecte* cobert

²⁵¹ Ja que quan un so apareix, llavors identifiquem el silenci, li donem valor, encara que ja l'ubiquem en un moment temporal anterior.

de qualitats i propietats”²⁵², llavors el silenci d’acord amb la idiosincràsia que li hem atorgat i parafrasejant l’estudiós francès seria un *no-objecte cobert de qualitats i propietats no perceptibles*, o bé, amb *no-qualitats i no-propietats*.

Amb aquesta idea, el silenci queda integrat funcionalment dins del contínuum sonor auditivo-cognitiu. Però amb una paradoxa semàntica: el silenci, per ser percebut també requereix variacions; necessita el contrast. Aquest magma sensorial sonor no s’interromp, tan sols varia contínuament. I, alhora, el silenci com a portador de qualitats *no perceptibles* –almenys per a l’ésser humà– actua com a contorn separador, com a segmentador i diferencial de qualsevol escena sonora. La idea d’*absència total de so*, per tant, no funciona per l’adjectiu *total*. El so en si mateix és impossible de sintetitzar o globalitzar, atesa la seva natura extremament diversa i canviant. És per això que el seu altre costat, el d’*absència total de so*, és també inconcebible. En canvi, sí que és imaginable la *no-presència* d’un so concret, sense que aquesta mancança impliqui obligatòriament no *sentir* cap altre so. D’aquí deduïm que hem de concebre i pensar el silenci enfocant-lo parcialment, referint-nos sempre a un sector o a un element específic de la realitat sonora que processem cognitivament²⁵³.

El plantejament del silenci com a *no-so* té un punt conflictiu. Sempre hi percebem algun o altre so. La perspectiva d’anàlisi però s’ha de prendre en el mateix sentit que la natura del so. Si l’essència del so, com hem acordat, és la successió, la linealitat temporal, en el silenci també hem d’aplicar aquesta essència perquè, de fet, diem que és el seu negatiu –les no-qualitats i no-propietats del so– però aplicades sobre la mateixa base essencial. El silenci, per tant, també és successió i linealitat temporal; el temps també és l’essència del silenci.

²⁵² CHION. 1999, p.75.

²⁵³ Això no impedeix, evidentment, que aquest *no-so* s’apliqui a un conjunt de sons, o que el sector afectat sigui més o menys complex i compost de diferents fonts i realitats sonores –per exemple, l’efecte *silenci* total d’una banda sonora, on cessarien tant la veu, com la música, els sorolls i els efectes. Però sempre restaria un sector no afectat per aquest *no-so* –ja que no concebem l’absència *total* de so–, que en aquest cas seria el mateix xiuxiueig del material fílmic, de la reproducció de la pel·lícula, el transfons sonor de l’enregistrament de so, o, fins i tot, el so ambiental i contextual de la sala de cinema on es projecta el film.

I com plantejàvem anteriorment, la seva paradoxa és que també necessita variacions. Aquestes fluctuacions són els sons breus o brevíssims o en un pla auditiu diferent que percebem quan *sentim* el silenci. Si ho mirem gràficament des d'un enfocament horitzontal²⁵⁴, en la línia de representació continuada del silenci sobresurten potser algunes crestes de so, punts espontanis de so. Depenent del sector que domini més –silenci o bé el so– percebrem el conjunt com a silenci o com a so interromput, segons les lleis de la Gestalt, també aplicables al so. I, de la mateixa manera que és impossible analitzar un so de forma estàtica, prenent una porció de l'ona, sinó que s'ha d'entendre en moviment i en desplegament del seu conjunt, el silenci tampoc no pren sentit vist des d'un punt fix i centrat en un moment parcial. És per això que, com a abstracció, el concepte d'absència total de so ens comporta tants problemes pràctics a l'hora d'identificar-lo en un cas real.

Aquesta visió successiva del silenci ens remet la seva existència al context immediat, anterior i posterior i, novament, habilita la idea de silenci en relació amb la idea d'un so. El silenci és aquest so en la seva variació més radical, la que el converteix en *no-so*²⁵⁵. També, des d'aquesta definició, es poden concebre fàcilment silencis combinats simultàniament amb sons vigents. Aquí, ja prendria més protagonisme el mecanisme perceptiu que faria emergir i dominar un o l'altre.

Finalment, cal atendre també la idea de *sensació de silenci*, una idea plenament cognitiva, fomentada, però, per un entorn físic propici. Així, en un prat de l'alta muntanya, en la platja o en una nit tranquil·la podem entendre que percebem el silenci i, en contradicció amb el que exposàvem, no substitueix o no és la continuació de cap so –aquest silenci no és cap *no-so* específic. La qüestió és que ens trobem llavors en un escenari on cap so destaca per sobre dels altres – quan algun ho fa, per exemple un ocell, llavors immediatament sí que

²⁵⁴ Per exemple, en l'anàlisi amb un oscil·lograma, que recull el temps i la variació d'amplada (RODRÍGUEZ: 1998, p.64-65).

²⁵⁵ Aquí, cal matisar que aquesta negativa d'un objecte, el terme *no-so*, no es refereix ni es pot referir –com hem vingut argumentant– a una no-existència absoluta de cap so. Coherentment amb tot allò exposat, el so negat és un de concret, un específic que ha derivat en un silenci també determinat. Esquemàticament i seqüencial, seria: so1 – *no-so*1/silenci1.

percebem un silenci més *profund*– i ens encarem a un contínuum irregular però constant de sons d'intensitat feble. Aquest silenci és més aviat relaxació i sensació de tranquil·litat ja que el nostre sistema instintiu de supervivència només s'activa i reacciona davant d'un canvi, d'un contrast, del so percebut²⁵⁶. De fet, no percebem silenci sinó que no erigim cap so per sobre dels altres.

En la relativització o no-priorització d'aquest conjunt de sons també pot influir allò que Chion anomena la *imatge-pes*, citant a Claude Bailblé, i que seria la relació de mesura de la imatge visual amb el resultat acústic (CHION: 1999, p.28). A un espai obert, grandios i que magnifiquem li correspondria també un so potent, predominant i imponent; quan això no és així, els sons de fons que resten fomenten aquesta sensació de buit i de relaxació –un silenci emocional. Aquest tipus de sensació de silenci seria més aviat un estat emocional, aleshores.

El silenci, ahora, recull una part important de la qualitat espacial del so. Gràcies a ella es defineix per contraposició. Segons Rodríguez, hem de destacar “la capacitat de l'oïda per percebre perspectives (sensació de profunditat) a partir de la diferència d'intensitats entre els diferents objectes sonors; i espacialitat (orientació esquerra-dreta) utilitzant les diferències de temps que triga a arribar un so a una oïda o a una altra” (RODRÍGUEZ: 1998, p.220).

La intensitat, així, és una important qualitat que defineix l'espai que ens envolta mitjançant el so. El silenci, contraposat a la intensitat del so que percebem –sempre percebem un o un altre– redefineix la situació dels sons o, millor dit, on estan ubicats els *no-sons*. Així, per exemple, el fet de no sentir res més que el nostre cor, cap altre so, indica que estem envoltats de silenci –a l'espai, podria ser; o el fet de sentir l'aigua de la dutxa del veí, indica que al nostre entorn més immediat, però també en el seu pis, hi ha silenci –no hi ha

²⁵⁶ “La psicología de la percepción se preocupa (...) de com l'home, de tota la informació disponible, recull únicament aquella que és important per a la seva supervivència dintre del seu ecosistema”. GUSKI, R. *La percepción*. Barcelona: Herder, 1992. (RODRÍGUEZ: 1998, p.25).

sons que emmascarin el fluir de l'aigua. Per això, un so constant i llunyà ens aporta calma: perquè a prop nostre no hi ha sons.

Així, concloem que la natura del silenci, sense especificar tipus i modalitats, es basa en què:

- L'essència del silenci és la mateixa que la del so: successió, linealitat temporal i variacions.
- El silenci és la màxima variació del so que el converteix en un *no-so*.
- Per això, el silenci està integrat en el contínuum sonor perceptiu que no podem evitar de rebre. I per això, és el contrast que defineix i desvetlla el silenci.
- Hem d'entendre el silenci des d'una perspectiva parcial, aplicada a sons concrets.

3.6. El procés d'interpretació musical

Durant segles s'ha debatut si la música condueix i aporta algun significat. Des de posicions realment allunyades –com el formalisme i el referencialisme²⁵⁷– i després de grans quantitats de dissertacions teòriques s'ha pogut consensuar que sí, que efectivament la música aporta algun tipus de significat, com també s'ha demostrat amb aquest experiment. Tot i així, “no hi ha claredat sobre en què consisteix el significat musical i mitjançant quins mitjans es comunica”, com fa constar Leonard B. Meyer, que ha dedicat les seves investigacions a aquesta qüestió (MEYER: 2001, p.23). El formalisme, que augura significats més abstractes i intel·lectuals, tendeix a evolucionar cap a la idea que la música només comunica emocions i afectes, mentre que el referencialisme, que cerca conceptes i elements significatius més específics en el teixit musical, tendeix

²⁵⁷ El formalisme entén que el significat musical es troba únicament en elements intramusicals, sense cap connexió amb altres elements o conceptes extramusicals, de fora de la pròpia música. Els referencialistes, en canvi, aposten per un significat que sorgeix d'una referència externa a la música, ubicada al món real, i que la música tan sols activa o hi fa al·lusió (MEYER: 2001, p. 23).

cap a la idea de música imitativa o “descriptiva”²⁵⁸, és a dir, que expressa idees, conceptes i accions del món real extramusical.

Una tercera opció, defensada per Radigales, és que la música no significa res. “La música no explica, sinó que s’explica per si mateixa i amb autonomia del llenguatge oral o escrit”, el qual sí que és un codi que permet significar (RADIGALES: 2002, p.56). Aquesta posició concep la música com a “mediadora d’expressió”, però que “no expressa en si mateixa”. Amb la base que el significat és abstracte i ambigu, més vinculat a l’actitud del receptor que al codi en si mateix, Radigales entén que “si la música no significa res per si mateixa, si la deslliguem *per se* de tot contingut eidètic, també l’haurem de mantenir al marge de tota expressió”²⁵⁹. Aquesta opció veu el material acústic musical amb una mirada analítica prou profunda per extreure’n que el codi musical només aporta patrons i combinacions de sons que, com a element no classificat, *incosificable* i indivisible en unitats significatives bàsiques²⁶⁰, no pot significar per si mateix, sinó ser un estimulant per una significació subjectiva.

En la mateixa línia, Serafine afirma que la música és un tipus de pensament, com el matemàtic, i com a tal no té perquè referenciar elements externs ja que és coherent, complert i efectiu en si mateix. Com descriu la cita de George Steiner que recull Rosa Mateu en la seva tesi doctoral *El lugar del silencio en el proceso de comunicación*, la música “juntament amb les matemàtiques és el principal llenguatge de la intel·ligència en què la intel·ligència està en condicions de sentir no verbalment” (MATEU: 2001, p.20).

Si entenem com a significat un element precís, específic i inconfusible, com pot transmetre el codi del llenguatge, llavors sí que hem d’acceptar que la música en si no aporta cap concreció conceptual en la seva càrrega semàntica.

²⁵⁸ Tot i la trampa del terme “descriptiu”, ja que la música no empra un codi que permeti concretar les característiques d’altres elements, és a dir, que no li permet ser descriptiva (RADIGALES: 2002, p.44).

²⁵⁹ RADIGALES: 2002, p.56-57.

²⁶⁰ Per a Pierre Shaeffer, la música no conté dades, sinó només estructures (SHAEFFER: 2003, p.27).

La música, per si mateixa, no pot transmetre un significat complex compost de subjecte, verb i predicat i, quan encara només pot insinuar sensacions o emocions, aquestes són generals i ambigües, com ha demostrat l'experiment de psicolingüística que hem dut a terme. Tanmateix, fins i tot en aquest darrer cas, és dubtós que les expressions anímiques generals (com “festiva” o “alegre”, per exemple²⁶¹) sorgeixin directament de l'organització sonora; són més aviat relacions que fa el subjecte combinant el seu estat d'ànim amb l'aportació intrínseca de la música.

És aquesta aportació de la pròpia música, intramusical i cognitiva, l'aspecte que ens interessa com a aportació significativa de la música. La concreció i debat d'aquesta significació musical depèn en gran mesura de la definició que acceptem per a “significat”.

Cal fer algunes matisacions. Primer, no és el mateix comunicar que significar. I segon, es pot rebre informació sense estar implicat en un acte de comunicació. Si bé podem entendre la comunicació com un acte bilateral on existeix una voluntat de transmissió d'informació, una significació pot ser unilateral i plenament interna. Alhora, la informació és tota aquella novetat perceptiva que captem en un moment determinat i no necessàriament necessita una estructura completa comunicativa. En el nostre contacte habitual amb el món exterior rebem constantment nova informació.

Segons Cohen R. Morris, “qualsevol cosa adquireix significat si indica, està connectada o es refereix a quelcom que està més enllà d'ella mateixa, de forma que la seva plena naturalesa apunta a i es revela en l'esmentada connexió²⁶²”. Així, un signe indicatiu és significatiu: el fum indica un incendi; l'alta temperatura indica febre. I els indicis no comporten una voluntat comunicativa d'un emissor conscient, tot i que sí la d'un observador. Per a Meyer, “el significat sorgeix de la relació entre un objecte o estímul, allò que l'estímul assenyala (el seu conseqüent), i un observador conscient” (MEYER: 2001, p.53). A partir

²⁶¹ Vegeu l'experiment de psicolingüística i música a TORRAS: 2007, p. 97-124.

²⁶² Cita de MORRIS, R.C. *A Preface to Logic*. Nova York: Henry Holt & Co. 1944, p.16 (MEYER: 2001, p.53).

d'aquest punt discrepem de Meyer ja que ell apunta que “els significats no són subjectius” sinó que són apreciables per tothom²⁶³. Aquesta objectivitat anul·laria la influència subjectiva i de l'experiència personal que ell mateix després reivindica sota el nom de la predisposició afectiva. Tot i que Meyer també parla de la connotació en termes col·lectius i musicals²⁶⁴, entenem que també existeix una connotació plenament subjectiva, vinculada estretament a l'experiència personal, i que pot produir un significat específic i individual²⁶⁵.

La comunicació seria, per tant, un pas més ja que implicaria voluntat de transmissió, en què apareixeria el concepte de missatge –contingut de la transmissió– i de codi –format de la transmissió, però sobretot el concepte d'emissor. Des d'una perspectiva plural, el missatge també pot contenir indicis –relatius a la comunicació no verbal o com a elements metalingüístics–, però la voluntat i la intenció de comunicar pressuposa un codi que permeti l'abstracció i, alhora, la concreció de significats específics. La significació no implica un missatge que viatgi del compositor a l'oient, passant per l'interpret. En canvi, el terme *comunicació* sí que suggereix aquesta transferència d'un participant de l'acte comunicatiu a un altre. Per tant, el debat real seria si la música comunica, no si significa (ja que es pot significar sense que això impliqui comunicar des d'un emissor).

D'altra banda, no existeix una exclusivitat ni incompatibilitat per als dos tipus de significació. Tant la basada únicament en elements intramusicals, com la que es fonamenta en elements extramusicals poden conviure –sense afirmar l'existència de cap de les dues i en un pla purament teòric– en el mateix codi musical.

²⁶³ “Encara que [els significats] són producte d'una experiència cultural, són connexions reals existents de forma objectiva a la cultura, i no connexions arbitràries imposades per la ment capritxosa de cada oient”, ja que Meyer es refereix a la música (MEYER: 2001, p.53).

²⁶⁴ Meyer descriu les connotacions musicals amb una definició molt propera a l'imaginari col·lectiu: “aquelles associacions que són compartides per un grup d'individus dins d'una cultura” (MEYER: 2001, p.263).

²⁶⁵ Aquell fum ens pot connotar “terror” si hem patit alguna mala experiència o l'alta temperatura ens pot connotar la cara d'alguna persona en concret que tenia cura de nosaltres de petits, essent també significativament concrets. Com diu Gino Stefani, “la imatge espacial dels sons no és una espècie de disseny geomètric neutre, sinó que està sadollada de referències a l'experiència” (STEFANI: 1987, p.42).

Pel que fa a aquesta qüestió, Meyer afirma que la música pot comunicar significats referencials que no són incompatibles amb altres tancats dins del context musical; els referencials depenen del seu aprenentatge –com també els purament musicals– i són ambigus:

“Alguns dels qui han dubtat que els significats referencials siguin ‘reals’ han basat el seu escepticisme en el fet que aquests significats no són ‘naturals’ i universals. Evidentment, aquests significats depenen de l’aprenentatge; però també ho fan així els significats purament musicals (...) Altres han considerat que el fet que els significats referencials no siguin específics en la seva denotació suposa una gran dificultat per a la concisió de categoria als esmentats significats. Amb tot, tal precisió no és tampoc una característica de les arts no musicals: els nombrosos nivells de connotació realitzen un paper vital en la nostra comprensió dels significats comunicats per les arts literàries i plàstiques”

MEYER: 2001, p.24

La música pot contenir la intenció comunicativa del compositor. Ara bé, aquesta idea original del creador s’ha de transformar en un material *incosificable*²⁶⁶ i en un codi, el musical, amb sintaxi, però sense significat (RADIGALES: 2002, p.54); el que resta de la intenció original, per tant, ha de ser per força de gran ambigüitat i poca especificitat, tot i que no es pot descartar que la idea original configuri una certa tendència del codi i la forma musicals sí que és difícil assumir que l’oient –i l’interpret– rebi i processi la mateixa intenció o emoció.

Malgrat l’intent de cenyir-nos únicament als efectes purament musicals, a la seva estricta combinació de sons i ritmes, el màxim grau de fidelitat i correspondència entre un compositor allunyat en el temps i l’espai de l’oient vindrà donada, llavors, pels clixés i fórmules estereotipades de la música, emmarcades en un àmbit social, cultural i fins i tot estilístic. En relació amb això Meyer afirma que:

“El significat i la comunicació no poden separar-se del context cultural en el qual s’originen, perquè no poden donar-se fora d’una situació social. La comprensió dels pressupòsits culturals i estilístics d’una peça musical és absolutament essencial per a l’anàlisi del seu significat”.

MEYER: 2001, p.20

²⁶⁶ CHION: 1999, p.61

Aquests significats que enllacen amb el seu artista creador, a més a més, no són intrínsecament musicals ja que, si ho fossin, potser podrien traspasar les fronteres culturals i socials. Però hi ha el valor evident que hi són, en major o menor grau i amb més o menys claredat i fidelitat amb la idea original. Tendim, per tant, a entendre l'aportació significativa de la música com un teixit de fonts denotatives i connotatives, objectives i culturals, internes i externes al propi material musical. És un producte complex de la significació.

Tanmateix, l'estil musical, que pot ser plenament denotatiu i connotatiu, es pot considerar aliè al propi material musical però, al mateix temps, inevitablement lligat a ell: no existeix música sense estil ni estil sense música²⁶⁷. L'estil es troba, llavors, en l'organització i les característiques del propi codi musical. Aquest és un exemple de la dificultat de distingir allò intern d'allò extern, referent a la música. Podríem dir, donada l'evidència que un estil no pot ser entès arreu del món, que l'estil és el pacte de comprensió i creació de la música d'una comunitat musical que realitza i escolta una música característica (SERAFINE: 1988, p.33). L'estil és generador i és generat alhora per una música; és un element cultural indispensable, com un traductor entre diferents codis o idiomes.

Igualment, tanmateix, l'estil no afecta l'essència de la música i, per aquest motiu, no és intel·ligible des de totes les cultures, malgrat l'existència de processos transculturals. Analògicament, l'estil seria una llengua específica, necessària pel desenvolupament cultural, però la normativa d'aquesta llengua no altera ni afecta l'essència d'allò que ha de ser una llengua; simplement recull i incorpora aquesta essència en la seva normativa particular. Una vegada més, queda clar, l'essència musical definida en el capítol corresponent, és el que ha de marcar aquells valors comunicatius i significatius propis de la música.

²⁶⁷ Cal entendre que la fusió també combina diferents estils i pot ser un estil es si mateixa i, al mateix temps, que una música informal o quotidiana també pot connotar o referenciar un estil, encara que no el plasmí de forma completa i acurada.

D'altra banda, dins d'aquest feix significatiu musical no es descarten valors que puguin ser universals o més vinculats a un instint biològic d'espècie que no individualment culturals. Aquests elements significatius universals de la música, sens dubte, s'haurien de trobar, com hem esmentat, en l'essència de la música, allò que marca la frontera entre allò que és música i allò que no ho és. Elements com la connotació de l'alçada tonal o el ritme, en un sentit transsensorial²⁶⁸, fan pensar en un significat substancialment bàsic i plenament relacionat amb la supervivència humana, però que encara és latent a la música. De fet, serien propietats més de la matèria primera de la música, el so, que no pas la música com a patró elaborat.

Però en ser inseparable el so –o la seva cognició– de la idea de música, les connotacions que aportaria el so per separat també quedarien vinculades a la música. John Blacking ho expressa dient que “en el nivell de les estructures profundes, en música hi ha elements que són comuns a la psique humana, encara que pot ser que no apareguin en les estructures superficials” (BLACKING: 1994, p.130). A aquesta afirmació afegeix que la immensa varietat de *tempi* a l'univers de la natura i al cos de l'home atorguen a la música “possibilitats infinites de coordinació física amb qualsevol d'ells, o amb diversos a la vegada”²⁶⁹ i, per tant, afegim nosaltres, de significació per denotació o connotació amb ells. L'antropòleg aclareix que cerca “fonaments biològics a la música, convençut que l'expressió musical és una constant de l'espècie humana i que, entenent-la així, hi ha d'haver alguns elements de comportament musical en l'activitat musical” (BLACKING: 1994, p.13).

La significació d'elements tan estructurals, més propers a un pensament matemàtic que no a un codi lingüístic, han d'aportar per força un significat ampli, ambigu i bàsic. Tant és així que sovint es diu que la música arriba directament a l'ànima²⁷⁰, sense passar per un processament racional del seu

²⁶⁸ CHION: 1999, p.82.

²⁶⁹ BLACKING: 1994, p.131.

²⁷⁰ Segons Meyer, “el funcionament de la intel·ligència en l'audició musical no necessita mai esdevenir conscient. Ens comportem contínuament de forma intel·ligent, comprenent significats i actuant sobre les nostres percepcions, cognicions i valoracions, sense per això fer

contingut. Meyer afirma que “la música pot provocar respostes interiors definides”, tot i que les adjudiqui després als estats emocionals de l'oient (MEYER: 2001, p.32-33). És per aquest motiu que sovint s'identifica l'aportació intramusical, més que amb significat, amb emoció, afecte o experiència estètica. Aquests conceptes impliquen gran ambigüitat, fins al punt que Radigales empra per definir la característica semàntica de la música el terme *polisèmia figurada*²⁷¹.

La música, per tant, comunica i significa per mitjà de les múltiples dimensions que la componen: la natura del seu material, la voluntat/intenció del compositor i l'interpret, el bagatge i experiència musical i personal del receptor, l'estil musical i el context –audiovisual o no– on es produeix l'audició, etcètera. Malgrat aquesta complexitat, tot això no és ni molt menys exclusiu de la música, ja que la interpretació d'una columna de fum ja comporta tot aquest procés; és inherent al procés de significació. En aquest sentit, la música no comunica o significa perquè és música, sinó perquè tot pot ser significatiu, fins i tot la música.

Hem de destacar a mode de conclusions que l'aportació pròpia de la música –sigui intramusical o referencial– és necessàriament abstracta, ambigua i general com a característiques definitòries. Al mateix temps, aquesta aportació tendeix a erigir-se en un pla emocional, si té un origen intramusical, i en un pla connotatiu –més que referencial– si té un origen extramusical. Paral·lelament, l'essència musical –l'ordenació característica de sons i ritmes entesos humanament com a música– també ofereix una aportació semàntica que es pot relacionar amb la velocitat o dinàmica, amb el volum espacial i amb altres referències biomètriques bàsiques per a la supervivència²⁷².

mai que els significats mateixos passin a convertir-se en l'objecte del nostre examen; és a dir, sense que mai arribem a ser conscients què significa l'experiència” (MEYER: 2001, p.59).

²⁷¹ En aquest sentit, la música, amb sintaxi pròpia, però sense significat, obtindrà la càrrega semàntica “condicionada pel jo subjectiu del receptor (l'oient), i figurada perquè se suposa que aquell serà capaç d'atribuir un significat a allò que escolta, d'acord amb la tradició o amb el moment viscut al llarg de l'audició” (RADIGALES: 2002, p.54).

²⁷² “La prioritat de la natura no és escoltar i interpretar; és escoltar i reaccionar” (JOURDAIN: 1997, .p.27).

La correspondència de dinàmiques amb els nostres ritmes biològics genera també una sensació de rapidesa o lentitud, per exemple, sent també conceptes generals i oberts. Són precisament aquestes aportacions intramusicals –quasi intrasonores– les que resten pendents d’una investigació en profunditat per determinar si són constants musicals universals i, alhora, si generen uns estats fisiològics i psicològics coherents i similars amb independència de l’estil musical i la cultura que els acull.

3.6.1. La percepció musical

Tot i que la matèria conductora de la música és el so, prèviament a la recepció de la música hi ha dues limitacions o filtres. Primerament, no tot el so és perceptible²⁷³. Entenent ‘so’ com a vibració oscil·latòria propagada per un mitjà, l’oïda humana només pot processar la franja situada entre 20Hz i 16.000 Hz, amb una zona preferent entre 800Hz i 4.000Hz que coincideix amb l’àmbit de la parla humana²⁷⁴. D’altra banda, la segona limitació es troba en el mateix material dins d’aquests marges; com ja hem apuntat, no tot so és música i només concebem com a música unes determinades estructures. Blacking creu amb convenciment que “la noció d’ordre sonor –tant si és innata com adquirida o les dues coses alhora– ha de ser ja dins la ment abans que es manifesti en forma de música” (BLACKING: 1994, p.30).

Aquesta idea d’un ordre preconcebut s’adiu amb la proposta de Serafine d’uns processos cognitius musicals generals i amb el concepte de percepció

²⁷³ Aquest és també un problema conceptual ja que alguns autors només anomenen “so” a la franja de moviments oscil·latoris que pot captar l’ésser humà. Shaeffer, en canvi, anomena a la franja perceptible per l’home “objecte sonor” (SHAEFFER: 1988, p.58); Jourdain, va més enllà i anomena “so”, en oposició a “vibració”, a un producte fet per la ment humana (JOURDAIN: 1997, p.XIV). En canvi, Chion accepta una definició més física del so i afirma que “físicament parlant, el so és l’estremiment del mitjà propagador en qüestió. No hi ha so sense mitjà” (CHION: 1999, p.42). Calvo-Manzano realitza una excel·lent síntesi quan afirma que el so és “tot agent físic que impressiona el sentit de l’oïda” o “la sensació experimentada quan arriben a l’oïda ones produïdes per determinants moviments vibratoris” (CALVO-MANZANO: 1993, p.18-19).

²⁷⁴ Fet que demostra l’estreta vinculació del sentit de l’oïda amb la comunicació, però també amb l’instint de supervivència.

restaurada de Chion²⁷⁵. Tanmateix, la primera selecció –de la franja auditiva– es realitza en el procés de percepció i, en canvi, la segona es du a terme en la cognició, una vegada ja hem processat un so. També entra en joc el lllindar de percepció temporal que no permet processar aquells sons inferiors a 40 mil·lèsimes de durada (CHION: 1999, p.53), i el lllindar de percepció d'intensitat, en el qual la música s'emmarca entre uns 30 i 110 decibels²⁷⁶. En aquest marge d'actuació, el mecanisme auditiu comença el processament del so.

La selecció de les freqüències ja comença amb l'arribada de les vibracions al pavelló auditiu mitjançant una acció automàtica, involuntària²⁷⁷. La nostra sensació auditiva neix primer al timpà que rep les vibracions de l'aire, element conductor. Aquestes vibracions poden recrear patrons sonors veritablement complexos: les molècules de l'aire es sacsegen en cadascuna de les freqüències de les vibracions; és a dir que cada molècula suma les vibracions de cada font sonora creant així un complex patró de moviment que es transmet al timpà (JOURDAIN: 1997, p.4-5).

Seguidament, les vibracions es transmeten a una cadena de petits ossos a l'oïda mitjana mantenint aquest patró complex de vibracions, corresponent a cadascuna de les freqüències recollides. És important destacar, llavors, que no escoltem cada component acústic per separat, sinó que rebem inicialment patrons o conjunts de relacions sonores. Al mateix temps, de la mateixa manera que havia fet el pavelló auditiu i el canal auditiu, els ossos de l'orella mitjana promocionen les freqüències mitjanes mitjançant l'ajust de les connexions i articulacions entre aquests ossos²⁷⁸.

²⁷⁵ Segons Chion, “l'adquisició prèvia d'un repertori de sons, de formes-pilot, i la seva classificació (musical o no) afavorirà la identificació d'una sonoritat emergent” (CHION: 1999, p.58).

²⁷⁶ Cal recordar que els decibels mesuren la pressió física de les ones sonores, però no la interpretació del cervell d'aquesta intensitat, la qual seria una mesura psicològica (JOURDAIN: 1997, p.42).

²⁷⁷ Chion destaca que l'oïda és un sentit involuntari, que no pot triar el que capta com sí que ho fa la vista (CHION: 1999, p.45-46).

²⁷⁸ JOURDAIN: 1997, p.8 i 10.

Finalment, arribem a l'oïda interna. Segons Jourdain, “l'oïda interna és l'oïda veritable, l'oïda que converteix les vibracions del so en informació que el cervell pot utilitzar”. Per tant, si fins ara havíem processat, ara començarem a sentir (JOURDAIN: 1997, p.11). Emprant les vibracions que aporten els darrers ossets de l'oïda mitjana, l'òrgan de Corti, dins de la còclea²⁷⁹, rep una onada de pressió. Aquest òrgan està compost per unes cèl·lules especials, filoses, que en realitat són un tipus de neurones. L'òrgan de Corti està compost per agrupacions d'aquests filaments i cadascun d'aquests grups és molt més sensible a una freqüència determinada del so. Així, l'òrgan de Corti recull el complex patró vibratori i torna a repartir les vibracions transmeses de forma mecànica en les diferents freqüències que les componen: les distribueix per a cada freqüència (JOURDAIN: 1997, p.12-14). A la còclea o cargol, el cervell ja comença a controlar la resposta al so mitjançant la projecció de fibres nervioses a les neurones cocleares²⁸⁰.

La tasca de distribució de les freqüències per part de l'òrgan de Corti és encara majorment incompresa. Només cal pensar que, escoltant una música polifònica, primer es transmet en un únic moviment vibratori complex i, a partir d'aquí, després del repartiment a la còclea, el cervell podrà distingir timbres, intensitats, duracions i alçades, a més d'altres paràmetres, per a cada so per separat i, al mateix temps, entendre'ls en un tot conjunt.

La sensació de so transmesa per les fibres nervioses es trasllada als nuclis coclears, al tronc encefàlic, on es processaran uns *mapes de so* inicials. Jourdain descriu la tasca dels nuclis coclears de la manera següent:

“Cada mapa de freqüència representa un aspecte diferent de la música. Un mapa compara les diferències del temps d'arribada de cada to en cada freqüència. Un altre compara la intensitat relativa a cada oïda. I un tercer mapa modela les relacions entre freqüències simultànies o els canvis següents en aquestes relacions d'un moment a un altre”

JOURDAIN: 1997, p.25-26

²⁷⁹ Nom del conducte de l'orella interna, anomenat també cargol, situat en el gruix de l'os temporal i enrotllat en forma d'espiral (DEC. CARRERAS: 1985, p.321).

²⁸⁰ Segons Jourdain, “si el flux d'informació de les neurones coclears és el primer pas en sentir, aquests circuits de retroalimentació des del cervell són el primer pas en escoltar” (JOURDAIN: 1997, p.14-15).

Els nuclis coclears localitzen els sons, codifiquen les relacions espacials i envien la informació al còrtex cerebral, on ja arriba filtrada i amb una primera classificació, com hem vist. Com diu Jourdain, a partir d'aquí “el sistema difusor comunica amb parts del còrtex cerebral especialment relacionades amb l'atenció, la memòria i l'aprenentatge –totes les quals són essencials per la nostra comprensió de la música” (JOURDAIN: 1997, p.28). En el seu camí cap al còrtex, els estímuls nerviosos passen per uns nuclis d'agrupacions neuronals inferiors on se segueix el so a través de l'espai a través de neurones que actuen només amb el moviment que prové de direccions concretes. Aquí el so té la funció de detectar a temps els possibles depredadors, pensant en un context de supervivència de l'espècie. En uns nuclis neuronals superiors el so es troba amb el tacte i la vista, i és on es crea un mapa primari del món que ens envolta.

3.6.2. La cognició musical

Seguidament, després de rebre el flux d'informació del tronc encefàlic, el cervell encasella els sons segons la seva freqüència, en nivells més o menys generals d'intensitat i duració i per nivells de canvi en freqüència, intensitat i duració (JOURDAIN: 1997, p.54). Aquest punt és important ja que apunta que el cervell en la seva funció auditiva està sempre en actiu, sempre processant, fins i tot quan hi ha silenci i sempre està a la recerca de la variació. És la variació, la diferència comparativa, l'aspecte que estimula més l'activitat neuronal auditivament especialitzada²⁸¹.

En aquesta fase, el cervell empra memòries a curt termini en aquells aspectes de la percepció que són perllongats. “Sense aquestes memòries seríem incapaços de posar juntes les parts d'una frase desplegada”, explica Jourdain²⁸².

És, doncs, en el còrtex auditiu primari on el cervell s'especialitza en les propietats dels sons individuals –intensitat, freqüència i duració– i, per altra

²⁸¹ Novament, l'alteració d'una constant indica una presència o un canvi i ens remet a l'instint de supervivència més bàsic, especialitzat en detectar elements en el nostre entorn vital.

²⁸² JOURDAIN: 1997, p.55.

banda, és el còrtex auditiu secundari, l'espai que es preocupa de les relacions entre múltiples sons. Aquí és on neixen primàriament les *relacions acústiques*, de fet, és on es fan comprensibles. En una tasca realment complexa, el cervell reagrupa els sons “modelant relacions entre les diferents expressions – freqüència, intensitat, localització, indicadors de canvi– i després relacions sobre aquelles relacions, etc. (...) és l'acte de modelar profundes relacions al llarg dels components del so allò que constitueix la nostra comprensió final” de la música, comenta el científic nord-americà (JOURDAIN: 1997, p.55).

El so, per entendre'l com a música, ha d'estar disposat organitzadament; sens dubte, té una estreta relació amb la nostra forma de percepció que també es realitza en blocs i d'acord amb unes *relacions acústiques*, sense una atenció individual a cada so. Shaeffer comenta també que la percepció de massa “no està en correlació directa amb l'aglomeració física de l'espectre, sinó amb la seva organització i els seus caràcters estructurals” (SHAEFFER: 1988, p.109). En resum, el còrtex primari atén les diferents qualitats bàsiques del so, fent una divisió o classificació per sons rebuts i, al contrari, el còrtex secundari realitza i atén els diferents sons segons les seves relacions, classificades en un bloc per a cada qualitat del so a més a més del control de la seva variació i de la seva localització, com a paràmetres nous.

Al mateix temps, l'atenció cognitiva es reparteix entre el costat dret del còrtex secundari, on es focalitzen les relacions entre sons simultanis, i el costat esquerre del mateix còrtex, on el cervell s'especialitza en les successions de sons (igual que en el llenguatge i la seqüencialització de xarxes d'idees en cadenes)²⁸³.

La memòria a curt termini té una importància extrema, com hem pogut constatar en l'experiment psicolingüístic de l'apartat anterior. Els sons són sempre atesos en una dinàmica comparativa que els emmarca en un flux temporal constant i que els remet als seus antecedents, fet que ens en facilita la comprensió. Per altra banda, aquesta cadena imparabile és també la responsable

²⁸³ JOURDAIN: 1997, p.56.

de la nostra dificultat per distingir unitats bàsiques significatives a la música, ja que els sons només prenen sentit dins del sistema, en relació amb els altres. La unitat, com ja havíem apuntat, és el mateix procés, la forma de processar la música²⁸⁴.

La memòria es relaciona, llavors, amb la dimensió temporal que n'és la conductora i l'essència de la música. D'aquesta manera ho descriu Jourdain:

“Els neuròlegs han arribat prou lluny per entendre com els fenòmens temporals són representats en el còrtex. Ja és clar que el còrtex auditiu no actua com una mena de *casset* enregistrador, encasellant cada so entrant que hi arriba. Si fos així, capgirar una seqüència de so també capgiraria el patró d'activitat neurològica que el produeix. Però no és així: la recerca ens mostra que els sons invertits generen una resposta única. Això implica que el còrtex auditiu no considera sons individuals aïlladament. De fet, en lloc d'això, el còrtex sempre interpreta els sons en el context del qual han estat precedits”

JOURDAIN: 1997, p.57

Per això una melodia, per exemple, no és només una seqüència de sons, sinó que inclou sons de duració variable i d'accentuació variable en una xarxa de relacions que els uneix i on cobren sentit en relació amb el conjunt, com un esquema²⁸⁵. L'oïda, estenent-la també a les funcions auditives cognitives, atén la duració de la música en funció de la densitat d'informació²⁸⁶ i integra el temps en el seu processament de tres formes distintes: a través de la duració de memorització òptima, depenent de la memòria a curt termini, i que pot dependre de la pròpia forma i estructura de les relacions musicals; de la natura de la informació que aporta –la seva densitat–, i del condicionament de l'oïda o llimars de percepció temporals (SHAEFFER: 1988, p.154).

²⁸⁴ Shaeffer admet que és “imprudent” voler assolir i distingir les estructures musicals: “hi ha massa combinacions possibles de criteris en les seves diferents accepcions per una part i, per l'altra, els registres de la nostra sensibilitat no són suficientment coneguts com per poder operar de manera tan lògica” (SHAEFFER: 1988, p.246).

²⁸⁵ Segons estudis empírics, un bebè no respon als canvis en el contorn melòdic, que serien canvis en el nivell dels sons individuals, aïllats. Però és interessant que tampoc no hi reacció quan la melodia es transporta amunt o avall, entenent que per al bebè no hi ha hagut cap modificació. Aquest fet mostraria que, més que memoritzar una seqüència particular de tons, fins i tot el cervell d'un nadó percep una melodia com un sistema de relacions entre notes (JOURDAIN: 1997, p.62).

²⁸⁶ SHAEFFER: 1988, p.149.

Aquest condicionament temporal, que vincula forçosament el processament cognitiu a un esdeveniment desplegat en el temps, serà decisiu en el moment de valorar el paper de l'expectativa, la variació i la sorpresa en la nostra interpretació musical. Només recalcar que desenvolupar-se en el temps implica no conèixer què s'esdevindrà i que aquesta incertesa presenta un terreny perfecte per a la variació d'un patró i per a la introducció de variants amb sorpresa.

3.6.3. La comprensió musical

És difícil dividir aquest procés cognitiu en una fase de comprensió, que correspondria a la quarta escolta, “comprendre”, de Shaeffer (SHAEFFER: 1988, p.62). El teòric francès diu “comprenc alguna cosa com a resultat d'un treball, d'una activitat, conscient que l'esperit que ja no s'accontenta amb un significat sinó que abstreu, compara, dedueix i relaciona informacions de natura i fons diverses. Es tracta de perfilar o d'obtenir una informació suplementària”²⁸⁷. Tot i així, sembla que el treball de relació amb la memòria més a llarg termini, nodrida constantment per l'aprenentatge, comença en el reconeixement –“l'entendre” de Shaeffer²⁸⁸– que es compon de discriminació i categorització. Reconèixer és precisament retrobar novament alguna cosa que el cervell ja havia ubicat abans²⁸⁹. Per això, primer es discriminen les propietats o característiques de les *relacions acústiques* que rebem. Aquest és un pas previ a la categorització, ja que el nostre cervell pot percebre les diferències, però no categoritzar-les (JOURDAIN: 1997, p.64).

La categorització és, per tant, l'acte de situar aquelles *relacions acústiques* en un bloc específic de música, en un apartat de la memòria on hi ha altres experiències de percepció i cognició acústica que coincideixen en les *relacions*

²⁸⁷ SHAEFFER: 1988, p.65.

²⁸⁸ Per a Shaeffer, la tercera escolta, “entendre”, és “tenir una intenció”. El teòric diu que “allò que entenc, allò que se'm manifesta, està en funció d'aquesta intenció” (SHAEFFER: 1988, p.62).

²⁸⁹ Calvo-Manzano diu que “la interpretació de la informació que arriba al sentit de l'oïda està basada en la confrontació de la informació rebuda amb l'altra que es troba emmagatzemada al cervell” (CALVO-MANZANO: 1993, p.253).

acústiques estructurals. En definitiva, “la categorització simplifica la memòria musical com també ho fa la percepció”. Segons Jourdain, “un cervell entén el món reduint les percepcions a categories i això recupera experiència del passat, reconstruint-la d’una memòria categòrica” (JOURDAIN: 1997, p. 65). És per aquesta economia funcional que la categorització és la base de la nostra activitat mental, i també de la nostra activitat musical²⁹⁰.

La categoria implica simplificació i, per tant, classificació per les característiques més comunes i definitòries. Els trets diferencials que conformen una categoria es modifiquen constantment amb cada nova aportació. El conjunt de models per comparar, el total de categories, constitueixen una llibreria de recursos que, com més completa és, més capacitat analítica ens ofereix (JOURDAIN: 1997, p.84). Aquesta classificació, tanmateix, respondria a una comprensió global de la música i està relacionada amb allò que Serafine anomena *processos cognitius no temporals*.

En el moment de percebre les característiques pròpies de cada percepció musical, el cervell, a través del còrtex auditori hi cerca les diferències, és a dir, l’atenció busca què hi ha de nou. Com diu Shaeffer, “a l’interior d’una estructura musical els objectes es diferencien en valors mitjançant les semblances en els caràcters”²⁹¹. Això vol dir, per una banda, que hi ha d’haver semblances i diferències –per poder distingir les parts semblants– i, alhora, hi ha d’haver una constant, un factor que unifiqui i agrupi. Per a Shaeffer, “només pot variar allò que és fix”, referint-se a un paràmetre fix i constant, i, per tant, per exemple només els objectes que tinguin el caràcter d’alçada revelaran per la variació de l’un a l’altre aquest caràcter d’alçada (SHAEFFER: 1988, p.211). Aquests caràcters compartits són els trets diferencials del so, matèria conductora de la música, però també els patrons estabilitat/expectativa propis de la música.

²⁹⁰ JOURDAIN: 1997, p.65.

²⁹¹ SCHAEFFER: 1988, p.179.

El temps, amb la seva linealitat i irreversibilitat forçosa, constitueix el principal incentiu per a les variacions, a través de la comparació amb la memòria a curt termini. Com diu Chion, exalçant la importància de la variació, “si visquéssim amb un so que no es moguéss ni cessés mai”, és a dir, impertorbable i constant, “no podríem advertir-lo” (CHION: 1999, p.25). Sentim, per tant, per percebre la diferència, també a la música, i, paradoxalment, un so estrictament estable i inalterat pot esdevenir silenci per a la nostra ment acústica. Això també genera una complexitat més gran a l’hora de definir les característiques que conformen i identifiquen allò que és música: aquests trets diferencials no poden ser estables, o millor dit, han de sorgir d’una variació com a constant o han de ser estables dins de la variació, podríem dir.

Per a Chion, “el so només existeix en el temps” i, com a deducció, “el temps és una espècie d’espai del so”²⁹². El teòric francès entén el so com un element enterament vinculat al temps i que canvia constantment. Per tant, allò important del so –també de la música– “són una sèrie de variacions en el temps i l’espai i que podem considerar que es poden transportar, al menys parcialment, a altres marcs sensorials” (CHION: 1999, p.77).

Tot i així, el temps no representa cap unitat natural de mesura musical. Un dels paràmetres més emprats per articular el temps musical, el compàs, és simplement una invenció o estratègia plenament cultural (JOURDAIN: 1997, p.126). El nostre cervell, ja ho hem vist, mesura la duració dels sons individuals i els silencis que cauen entre ells –en el còrtex auditiu primari–, així com les relacions entre ells en un mapa transversal de les duracions –còrtex auditiu secundari–, “buscant patrons entre aquestes duracions, i després patrons de patrons”²⁹³. La música és essencialment *relacions acústiques*, és a dir, que es presta a aquesta visió sistèmica o desenvolupada a través de pautes repetides amb certes variacions²⁹⁴.

²⁹² També perquè un punt aïllat dins d’un desenvolupament sonor dista molt de contenir les propietats i la forma del so en el seu desplegament temporal. (CHION: 1999, p.53 i 54).

²⁹³ JOURDAIN: 1997, p.125.

²⁹⁴ Shaeffer assegura que “el sentit musical en un sistema tradicional reposa sobre la percepció d’estructures diferencials” (SHAEFFER: 1988, p.304).

Jourdain afirma que la música podria existir sense un esquema temporal estricta. Aquest sistema estricta es refereix a un compàs precís i clar. Hi estem d'acord. Tanmateix, sempre roman una dimensió temporal subjacent, més o menys flexible, és a dir, movable respecte d'una pauta estable (variable!). Com diu Jourdain, “sense esquema temporal, la música perd una dimensió sencera” (JOURDAIN: 1997, p.125), dimensió que creiem que és la base de l'essència musical. És per aquesta raó que Serafine identifica processos cognitius temporals –referits a l'analítica immediata del so, en el seu desenvolupament temporal– i processos cognitius no temporals, tot i que aquest nom enganya ja que, malgrat estar referits a un treball amb la memòria a curt termini, també inclouen una gran importància de la dimensió temporal. Així, des d'una perspectiva psicològica, la pulsació representa una renovació i un restabliment de l'atenció (JOURDAIN: 1997, p.126).

La comprensió musical, per tant, es fonamenta en una categorització. Shaeffer, en una analogia del que significaria la categorització, afirma que “una primera facultat del camp de la percepció és la de poder comparar dos objectes, descobrint-hi una mateixa propietat. Una segona, és la de poder ordenar aquests valors. Una tercera, és la de poder fixar amb més o menys precisió els graus d'aquesta escala” (SHAEFFER: 1988, p.212). Però també, per a la nostra comprensió del fenomen musical, és necessària una cognició sobre patrons o estructures de relacions que doni valors als elements més individuals per la seva relació amb el conjunt i que ofereixi la possibilitat d'obtenir variacions de la pauta principal i, al mateix temps, establir una idea global de tota la percepció²⁹⁵. Segons Shaeffer, “tota estructura reposa sobre una variació”²⁹⁶. Una estructura, com hem vist, amb variacions desenvolupades en i amb el temps.

²⁹⁵ Jourdain explica que “quan ens sentim experimentant llargs passatges sencers de música, no és perquè el passatge sencer reverberi en el còrtex auditiu, sinó perquè hem observat relacions profundes a la música, i els nostres cervells continuen experimentant la memòria d'aquestes relacions. Simultàniament, els nostres cervells empren les seves comprensions de l'estil musical per imaginar les notes que vindran” (JOURDAIN: 1997, p.137).

²⁹⁶ SHAEFFER: 1988, p.285.

3.6.4. Música, emocions i expressivitat

El nostre sistema nerviós disminueix ràpidament la seva eficàcia davant el fenomen que no canvia. La pulsació rítmica marca una pauta que permet disposar-hi variacions, fet que manté aquest fenomen viu perceptivament i cognitiva (JOURDAIN: 1997, p.126). Per a Meyer, aquesta és la base de la comunicació musical que seria de natura afectiva, no conceptual. El teòric nord-americà creu que la música “actua com un sistema tancat”; és a dir, que sense emprar cap signe lingüístic que faci referència a un món exterior o extramusical, la música comunica “significats tan emocionals i estètics com purament intel·lectuals”, però sempre intramusicals –basats en les pròpies *relacions acústiques* constituents de la música (MEYER: 2001, p.19).

La tesi de Meyer és que la música transmet estats afectius o emocions a través dels seus mecanismes interns per crear expectatives i mitjançant la satisfacció o frustració d'aquestes anticipacions intel·lectuals. Meyer distingeix el concepte *emoció* com un fenomen psicològic “temporal i evanescent”, mentre que l'*estat d'ànim* seria “relativament permanent i estable”²⁹⁷. Així, l'emoció o l'afecte²⁹⁸ “s'originen quan una tendència a respondre és refrenada o inhibida” (MEYER: 2001, p.35). En qualsevol cas, la reacció a la música és de natura abstracta i ambigua, com ja havíem apuntat²⁹⁹.

Al mateix temps, Meyer dóna una gran importància a l'aportació del receptor i al seu estat anímic en el moment d'escoltar i processar la música. Per a Meyer, “resulta més raonable suposar que els canvis fisiològics observats són una resposta al conjunt mental de l'oient que no donar per descomptat que el so com a tal pot, d'alguna manera misteriosa i inexplicable, produir aquests canvis exactament” (MEYER: 2001, p.32). En la mateixa línia, Blacking afirma que, donada l'ambigüitat musical i la gran possibilitat de respostes i significacions

²⁹⁷ Meyer cita Weld H.P. *An Experimental Study in Musical Enjoyment*. American Journal of Psychology, XXIII (1912), p.283 (MEYER: 2001, p.29).

²⁹⁸ Afecte, segons el psicòleg nord-americà, serien les emocions no diferenciades, derivades sobretot de comportaments molt automàtics (MEYER: 2001, p.39).

²⁹⁹ Pel que fa a aquesta qüestió, Jourdain diu que “quan la música es dissol en èxtasi, ens transporta a un lloc abstracte, lluny del món físic que normalment ocupa les nostres ments” (JOURDAIN: 1997, p.5).

possibles que les seves combinacions provoquen –també combinacions múltiples– la significació de la música depèn “de la base cultural i de l’estat emocional momentani dels oients” (BLACKING: 1994, p.44).

La importància determinant del bagatge i de l’experiència personal en la concreció de la resposta de l’oient sembla irrefutable. Tanmateix, Meyer adjudica el caràcter d’intramusical no a l’element que formula i caracteritza la resposta –que ha de ser vinculat a la persona que la genera– sinó a l’estímul o la situació que inicia l’expectativa, prèvia a la resposta emocional. Per a Meyer, és la mateixa natura musical, el mateix brodat de sons, allò que genera l’expectativa (MEYER: 2001, p.41). Com hem comentat en apartats anteriors, la variació de la música facilita i possibilita aquesta atenció expectant.

MacCurdy, en una referència recollida per Meyer, explica les fases que contindria el pas de l’expectativa a l’emoció: *a)* En primer lloc, l’aparició d’energia nerviosa en connexió amb l’instint o tendència de reacció³⁰⁰; *b)* la propensió a què l’esmentada energia es manifesti com a comportament o pensament conscient, una vegada que la tendència és bloquejada; i *c)* la manifestació de l’energia com a emoció sentida o afecte, si el comportament i el pensament conscient són també inhibits³⁰¹. D’aquí podem extreure que l’emoció pot ser generada per una reacció interna inhibida, no cal que sigui externament visible.

D’altra banda, Meyer també matisa que allò que és realment plaent d’una emoció no és tant la seva resolució com la “creença en ella: el coneixement, sigui vertader o fals, que hi haurà aquesta resolució” (MEYER: 2001, p. 49). Chion, citant Bailblé, explica que la creació d’expectatives és constant i inherent al fet d’escoltar música: “analitzem el context i preveiem les seves evolucions dinàmiques (aparició, persistència i esvaïment) o les seves balances

³⁰⁰ Instint o tendència, en la definició de MacCurdy, seria un model de reacció que actua o tendeix a actuar de forma automàtica quan s’activa. Seria com una “sèrie de respostes mentals o motores que”, tant a nivell temporal com estructural, “segueixen un curs ordenat prèviament” (MEYER: 2001, p.44).

³⁰¹ Meyer cita MacCURDY, J.T. *The Psychology of Emotion*. Nova York: Harcourt, Brace & Co., 1925, p.475 (MEYER: 2001, p.35).

(intensitats relatives, barreges de timbres). Les associacions supraauditives tracen un camí. Malgrat les pèrdues de senyal, l'oient escolta efectivament un híbrid a mitja distància entre allò percebut i allò ja conegut”, és a dir, imaginat i esperat³⁰². En aquest sentit, segons Chion, la percepció acústica i també musical és en les seves tres quartes parts una *prepercepció*, concepció més propera a la memòria que al so que rebem (CHION: 1999, p.59).

Meyer trasllada aquesta descripció fisiològica de l'emoció a la cognició musical. D'entrada, Meyer corrobora la nostra idea de variació com a factor estable, és a dir, com la multiplicitat de possibilitats musicals que mantenen un aspecte diferenciador en comú, aspecte que les identifica precisament com a música. Aquesta premissa es reflecteix quan el teòric nord-americà afirma que “encara que la situació que serveix d'estímul pot variar indefinidament”, aquesta situació és el context intramusical, la música, “les condicions que provoquen afecte són generals i són, per tant, aplicables a la música” (MEYER: 2001, p.43). Aquestes “condicions generals” a les quals fa referència l'autor serien una part de l'essència musical, d'allò que diferencia i constitueix la música.

Per a Meyer, l'experiència musical es distingeix de la no musical en tres aspectes:

- a) l'experiència afectiva musical inclou la consciència i el coneixement de la situació que serveix d'estímul. Aquest coneixement comporta una implicació intel·lectual, analítica, en la generació de l'estímul. A més, segons Meyer, aquesta experiència afectiva musical diferirà d'altres experiències afectives ja que, principalment, els estímuls musicals són no referencials.
- b) La inhibició de la tendència que abans descrivia MacCurdy arriba a ser significativa perquè “la resolució entre ella i la seva necessària resolució es torna explícita i clara”. Així, les tendències musicals no

³⁰² BAILBLÉ, C. *Programation de l'écoute*. A: Cahiers du Cinéma, núms. 292, 293, 297 i 299. Citat a CHION: 1999, p.58-59.

deixen simplement d'existir, sinó que sempre són resoltes, culminen en algun lloc.

- c) I finalment, a causa del caràcter intramusical esmentat, és un mateix tipus d'estímul –la música en si mateixa– allò que activa tendències, les inhibeix i subministra resolucions significatives i rellevants. És a dir, que la mateixa música realitza les diferents funcions de tot el procés, des de l'expectativa a l'emoció.³⁰³

Tota seqüència musical comporta, llavors, un conseqüent, una seqüència que la segueix. L'oient proposa un conseqüent dins dels possibles, segons l'experiència musical acumulada i la comprensió de l'estil. El resultat, però, pot ser inesperat o sorprenent. Seguidament, l'oient incorpora el resultat al seu processament i altera tot el significat que havia atorgat fins ara, amb aquesta nova incorporació. Aquest nou conseqüent passa a ser ara l'estímul que iniciarà una nova expectativa. Segons Meyer, “l'expectativa és producte, per tant, de les respostes habituals desenvolupades en connexió amb els estils musicals concrets, i dels modes de percepció, cognició i resposta de l'ésser humà; és a dir, les lleis psicològiques de la vida mental” (MEYER: 2001, p.50). Les respostes esperades, pel tipus de context, són una norma i, en canvi, les desviacions –les variacions– poden ser considerades com a estímuls emocionals o afectius.

El significat sorgeix llavors d'una indicació o connexió que va més enllà del propi estímul³⁰⁴. En el cas de la música, “allò que assenyalen un estímul musical o una sèrie d'estímuls no són conceptes i objectes extramusicals, sinó d'altres esdeveniments musicals que estan a punt de tenir lloc” (MEYER: 2001, p.54). En part per això, per la manca de cap referència externa i objectivada de l'expressió musical, “no serem mai capaços de comprendre amb exactitud què sent una altra persona escoltant una peça de música determinada”, diu Blacking, “però potser podem comprendre els factors estructurals que generen els sentiments” (BLACKING: 1994, p.50). I és que,

³⁰³ MEYER: 2001, p.43.

³⁰⁴ MEYER: 2001, p.53.

en gran part, l'efecte de la música depèn del context en el qual s'interpreta i se sent³⁰⁵. O en altres paraules que també vinculen l'estructura interna musical amb l'efecte emocional, l'antropòleg anglès afirma que “si una peça de música emociona una varietat d'oients, probablement no és a causa de la seva forma externa, sinó a causa d'allò que significa la forma per a cada oient des del punt de vista de l'experiència humana” (BLACKING: 1994, p.78-79).

Tot i això, Meyer accepta que hi pot haver un cert grau de comunicació, realment ambigua i bàsica, entre el compositor i l'oient. Meyer creu que l'experiència de l'oient ha de ser necessàriament similar a aquella que el compositor preveia per a ell; però el teòric incideix en què aquesta aproximació en el tipus d'experiència no vol dir en cap cas que l'oient experimenti “el procés creatiu que ha fet néixer” la pròpia experiència, és a dir, que el receptor no pot reviure la mateixa experiència que el compositor i molt menys els conceptes o idees que l'han provocada (MEYER: 2001, p.60).

Aquest és un punt important, ja que vol dir que la música no transmet una experiència sinó que, amb les tècniques pròpies de planificació, distribució i combinació dels sons el compositor pot preveure més o menys com serà aquella experiència que provoqui, sense que es traspassi res. Simplement es provoca i es crea una nova experiència a través dels mecanismes d'anticipació, expectativa i validació indicats anteriorment. Aquesta tècnica compositiva, també implica que “el significat i el sentit musical, com altres tipus de gestos i símbols significants, pressuposen i sorgeixen dels processos socials de l'experiència que constitueixen els universos de discursos musicals” (MEYER. 2001, p.77). Blacking també fa èmfasi en aquesta llibreria de valors musicals compartida col·lectivament. Blacking comenta que “allò que una persona rebutja, pot atreure una altra, no pas a causa d'alguna qualitat absoluta de la música mateixa, sinó a causa d'allò que la música ha arribat a significar per a ell com a membre d'una cultura o grup social particular” (BLACKING: 1994, p.55).

³⁰⁵ BLACKING: 1994, p.66.

L'estímul que provoca l'expectativa, i posteriorment l'emoció, és intramusical, per tant. Però la definició d'aquesta emoció, la seva tipologia i transcendència semblen ser purament subjectives i socials.

Així, “quan la música surt del seu camí”, traçat culturalment i estilística, “per violar totes les expectatives establertes diem que és expressiva” (JOURDAIN: 1997, p.312). Els sistemes musicals –incloses les convencions d'harmonia i forma– restableixen constantment les expectatives estàndard. La seva desviació provoca l'emoció. I, al contrari, una música excessivament regular és rebutjada pel nostre cervell, provocant fins i tot ansietat³⁰⁶. Parlem, llavors, de plaer o sentit musical que en realitat és provocat per una mena de mitjana, una suma total de plaers satisfets i decepcions, d'allò bo i d'allò dolent. “El significat que sentim no està en la música com a tal, sinó en les nostres pròpies respostes al món, respostes que arrosseguem amb nosaltres sempre. La música serveix per perfeccionar aquestes respostes, per fer-les belles” (JOURDAIN: 1997, p. 316-322).

Per això entenem la música com un “mitjà comunicatiu expressiu” ja que pot incidir en l'ànim de l'oient³⁰⁷. És, com diu Jourdain, “la més immediata de totes les arts i, per tant, la que provoca més èxtasi”³⁰⁸. Es pot definir llavors com una experiència estètica que, per si mateixa no expressa res, però que pot “engendrar d'altres experiències estètiques, i, si s'escau, nous modes expressius” (RADIGALES: 2002, p.74). La música és medidora d'expressió, és a dir, no transporta l'expressió en si mateixa, sinó que recrea en el seu desenvolupament una sèrie de mecanismes –basats en expectatives i en la seva resolució– que generaran aquesta expressió. Per això diem que la música no expressa sinó que és, més aviat, expressiva de certs sentiments o estats d'ànim.

Com diu Radigales, si tenim en compte que l'ordre sonor és un element mental i apriorístic, “l'expressivitat o la inexpressivitat de la música depenen, en última instància, de la seva funció poètica” (RADIGALES: 2002, p.74). En

³⁰⁶ JOURDAIN: 1997, p.312-314.

³⁰⁷ RADIGALES: 2002, p.74.

³⁰⁸ JOURDAIN: 1997, p.328.

aquesta línia, Kivy apunta que la música només és expressiva de certes emocions i ambients, sempre generals, però que ens afecta mitjançant el recordatori de certs estats emotius (SERAFINE: 1988, p.13-14). Suzanne Langer va més enllà i afirma, com ja hem dit, que “la música no expressa sinó que és expressiva de certes emocions” i sosté que la música és només “generalment expressiva” (SERAFINE: 1988, p.14).

Per la seva banda, Jourdain diu que “la música imita l’experiència més que simbolitzar-la com fa el llenguatge”. Ràpidament, però, el nord-americà treu la temptació d’entendre la música com un sistema figuratiu, mimètic, i matisa el terme *imitar* ja que diu que aquest acostament a l’experiència es fa mitjançant “una rèplica dels patrons temporals del sentiment interior” (JOURDAIN: 1997, p.296). Hem d’entendre, però, que coincideixen uns patrons amb altres, no pas que els existents en el món real siguin presos com a model.

Finalment, Blacking corrobora aquesta expressivitat per causa estètica quan diu que “el plaer artístic es basa fonamentalment en la reacció de les nostres ments humanes davant la forma”³⁰⁹, i afegeix que “les formes les produeixen les ments humanes, els hàbits de treball de les quals són”, explica l’antropòleg, “una síntesi de sistemes d’operació donats, universals, i d’estructures d’expressió cultural adquirides” (BLACKING: 1994, p.98).

En resum, són les nostres expectatives, generades per un context d’informació estilística i cultural, per una banda, i pels mecanismes de dilatació, retard o resolució intrínsecs a la música, les que provoquen finalment una experiència estètica sorgida específicament del codi musical. Aquesta experiència, també emotiva, pot ser representativa o expressiva d’altres experiències a nivell subjectiu, sense que això impliqui una connexió a distància amb el creador de la música. Al mateix temps, la música és més emotiva que no pas racional, és a dir, és expressiva d’emocions vagues, però mai de conceptes particulars o d’idees concretes.

³⁰⁹ Cita de BOAS, F. *Primitive Art*. Nova York: Dover, 1955, p.349 (BLACKING: 1994, p.98).

3.6.5. La connotació musical

Quan parlem llavors de connotació ens referim a tot aquell significat que pot aportar la música, sortint ja del seu àmbit intrínsec. La significació emocional ha quedat ja vinculada als processos pròpiament intramusicals, però no per això la música deixa d'oferir altres significats i expressions tot i ja saber i acceptar que no són purament musicals sinó connotats o arrossegats per la funcionalitat i el context musical i social.

Els espais connotatius es poden dividir en quatre: l'estilístic, el sonor, el contextual i el funcional, tots ells en plena interrelació. L'estilístic es refereix a les connotacions i simbolismes que aporta el seu estil. La música, per tant, com a sistema de normes perfeccionat i evolucionat al llarg dels segles i, alhora, divers i estès arreu de les diferents cultures, presenta un simbolisme clar a través del seu estil i gènere. Aquí intervenen tant connotacions històriques, sobre el compositor o l'època, com sobre la funcionalitat de l'estil en el seu origen. Per exemple, un cant gregorià ens remet inequívocament a l'edat mitjana o bé a un espai religiós de recolliment espiritual. Aquest transport temporal no és pels mecanismes emocionals que descriu Meyer sinó a través del nostre coneixement sobre l'estil; en una altra cultura que desconegués l'estil, no passaria. Alhora, com també diu Meyer, l'estil també contribueix, paral·lelament a la creació d'expectatives.

Per altra banda, l'espai connotatiu sonor es refereix a qualitats del propi so, com per exemple el timbre, el tempo, la desafinació/afinació, atacs correctes/incorrectes, etcètera. No és el mateix sentir l'himne dels Estats Units amb banda militar que sentir-lo, amb les mateixes pautes i arranjaments musicals, per un conjunt de *nu-nuts*, els quals, sens dubte, aporten una connotació còmica o burlesca. El tempo, per exemple, s'empra molt a les sèries o films per mantenir un tema en diversos moments de l'acció: un moment de persecució i un moment de repòs tindran diferents *tempi* encara que poden mantenir el mateix tema. Encara que aquest és també un aspecte cultural, té

una vinculació més directa amb aspectes psicomotrius de l'espècie humana i, per tant, més universals³¹⁰.

L'espai contextual és molt divers. D'entrada pot ser virtual –per exemple la utilització de la música en una pel·lícula–, doble o triplement contextual³¹¹, o pot ser en el món real. En aquest darrer cas, cada estil i cultura normativitza també l'espai d'interpretació i escolta musical. Per això, les seves variacions també són significatives: no és el mateix escoltar una música polifònica complexa en un auditori que en un llogaret africà aïllat i solitari; de la mateixa manera que no connota el mateix unes danses africanes acompanyades pels seus instruments de percussió en l'escenari anterior, que si les situem en un auditori occidental. En el cas audiovisual, com ja hem vist, el context també contempla l'escena diegètica.

Finalment, l'espai connotatiu funcional ha estat el més evolucionat en els darrers cent anys i escaig. És aquell al qual alguns autors es refereixen com a *clixés*, però que també inclou costums d'ús, connotacions estereotipades i intertextos. Bàsicament, aquest espai es nodreix pel coneixement i la relació que fem d'aquesta música, basant-nos en l'experiència que en tenim, cosa que vol dir on, quan i com l'hem sentida anteriorment. La vinculació que habitualment fem de, per exemple, la música de la Pantera Rosa (*The Pink Panther*, Blake Edwards, 1964) a un estat amatent, misteriós i discret, ve donada per la seva utilització audiovisual prèvia. Però també, en termes més generals, la vinculació del so dels metalls a un significat gloriós o majestuós, o la comprensió del *jazz dixie* com una música d'espai festiu, transgressor i popular. Hi ha, com hem apuntat, diferents nivells de connotació funcional:

³¹⁰ Hi pot haver una diferència entre diverses cultures, per la seva situació sociogeogràfica, entre el ritme de caminar i el ritme de córrer, de perseguir, per exemple. Tot i així, segur que hi ha uns límits a partir dels quals cada cultura considera que s'està corrent o s'està caminant, moviments que es relacionen directament amb un tempo.

³¹¹ La música en un film es pot entendre en el marc tecnològic –pantalla, banda sonora i banda d'imatge– i en relació amb l'acció diegètica, fet que genera un doble context. Però, a aquests dos, encara se'ls pot afegir la consideració de l'efecte musical en el context real, la sala de projecció.

alguns plenament normativitzats, com les *kinoteques*³¹² o les tècniques del *mickeymousing* i d'altres més estesos per l'ús continuat o per la utilització directa en un producte audiovisual d'èxit relatiu³¹³.

Aquests espais es combinen entre ells, són plenament impermeables, fins al punt que un estil inicialment històric o representatiu d'un autor pot esdevenir simbòlic d'aquest personatge i, si es presenta en una pel·lícula, posteriorment pot provocar un ús simplement en referència a aquell producte audiovisual. Alhora, són compatibles simultàniament. De fet, són aquestes connotacions extramusicals les que més s'utilitzen en les produccions audiovisuals.

La música, per tant, a part de la seva aportació intrínseca i expressiva d'afectes, i de la seva relació directa amb uns ritmes o valors biomètrics i instintius, també és una font rica de connotacions extramusicals. Tot i ser externes a la música, aquestes connotacions depenen i existeixen per la música, com a generadora i conductora, i, consegüentment, podem dir que li pertanyen en una dimensió, sinó pròpia, sí estretament vinculada.

3.7. El silenci audiovisual

3.7.1. Silenci i comunicació a la societat actual

La societat contemporània, sobretot l'occidental, rebutja el silenci. El silenci, tot i entendre que no el podem considerar absència total de so³¹⁴, implica luxe i por alhora, ja que, per una banda el silenci és escàs i difícil d'aconseguir i, per l'altre costat, la societat s'espanta en poder-se autoanalitzar en un context tan íntim com el silenciós. El silenci és un fenomen estrictament necessari per comprendre's a un mateix i després poder-se presentar a una altra persona. En

³¹² Col·leccions de peces musicals, originals o preexistents, per fer-les correspondre amb estats d'ànim genèrics. Recurs emprat pels músics de sala durant les projeccions del cinema mut.

³¹³ Per exemple, posar una imatge d'una barca de pescadors amb el tema *My Heart Will Go On* cantat per Celine Dion a la pel·lícula *Titànic*, aporta un significat estrictament arbitrari, còmic, burlesc o dramàtic –segons el context diegètic– i amb la connotació d'un final tràgic.

³¹⁴ Vegeu l'apartat 3.5. *El silenci: natura i funció*.

la societat anomenada postmoderna el silenci està en crisi³¹⁵ perquè l'individu també ho està. George Steiner, en una entrevista publicada a Madrid i recollida per Rosa Mateu a la seva tesi, fa una explicació de la conjugació d'aquests dos elements, el caràcter luxós i el terror del silenci:

Vivim en un món en el qual el poder més terrible és el soroll. El silenci és un luxe més car. Has de ser molt ric per a no escoltar la música del veí. Els nens tenen temor al silenci, però els grans també. Per això ens posen música als ascensors.

MATEU: 2001, p.16

Tanmateix, paraula i silenci, soroll i silenci o música i silenci –en definitiva so i silenci– “s’afirmen per i per a l’altra part”, explica Mateu. “La seva existència és paral•lela (...), no contraposada i, malgrat això (...) acostumem a justificar aquest darrer [el silenci] com l’absència de la paraula”, o del component sonor; i no pensem, en canvi, en el component sonor com l’absència de silenci (MATEU: 2001, p.17) . Seguint aquesta tendència, Jourdain anomena al silenci “sensació sense-so” argumentant que silenci, com a concepte d’absència de so total, seria “la deliciosa cobertura d’un sistema auditiu en repòs” (JOURDAIN: 1997, p.1).

Mateu vol destacar que sense silenci tampoc no s’entendria cap altre discurs o forma sonora, ja que quedaria desarticulada, indefinida, eternament contínua. Al mateix temps, el silenci no es pot entendre sense el contrast amb un so, ja que la seva qualitat és la de sensació de *no-so*, com apunta Jourdain. Paraula i silenci, en el cas de la tesi de Mateu, però també so i silenci, queda clar, s’expliquen com a conceptes no oposats, sinó necessaris recíprocament (MATEU: 2001, intro. p.2). Per tant, si no són conceptes oposats, sinó que ambdós formen part del procés comunicatiu amb diferents qualitats, es pot entendre que, com diu Sciacca, “el llenguatge és continu, silenci i paraula; el silenci no interromp la paraula, la fa possible”³¹⁶.

³¹⁵ L’autora parla de *sigefòbia*, com la malaltia de la por al silenci, molt estesa a la societat actual (MATEU: 2001, p.22).

³¹⁶ SCIACCA, M.E. *El silencio y la palabra (Cómo se vence en Waterloo)*. Barcelona: Luís Miracle, 1961, p. 90. Recollit per Mateu a MATEU: 2001, p.17.

En el cas de l'audiovisual, l'axioma requereix una adaptació que quedaria d'aquesta manera: el llenguatge narratiu i estètic audiovisual és continu; el silenci, per tant, no interromp els altres codis de l'audiovisual, especialment de la banda sonora, sinó que els fa possibles, els articula i, en certes ocasions els perllonga. Indagarem amb més profunditat en aquesta idea, més endavant.

D'entrada, d'aquesta continuïtat del discurs comunicatiu, amb la inclusió del silenci, sorgeixen dues observacions. La primera és que el silenci és universal, ja que la comunicació humana també ho és. La segona idea és que també ha de comunicar alguna cosa si es troba immers en el procés de comunicació.

De la primera idea, però, cal destacar que malgrat que la presència i l'ús del silenci siguin universals i acceptats per totes les cultures, evidentment varia i molt la consideració i el tipus d'ús que rep a cada societat, així com el significat que té. Així, “mentre que a Orient es venera el misteri”, concepte lligat a allò silenciós, “a Occident s'intenta emmascarar-lo”³¹⁷, com dèiem al principi d'aquest capítol. Això és tan sols una mostra de les diverses actituds respecte del fenomen silenciós. El silenci ha rebut diverses connotacions culturals al llarg de la història i les diferents civilitzacions, entre elles, la d'estar vinculat al misteri, ser component de l'eloqüència i la reflexió i tenir una certa divinitat³¹⁸ (MARCO: 2001, p.15; MATEU: 2001, p. 62 i 66). El silenci, per tant, és un fenomen universal però amb significació cultural i específicament local.

El silenci, per tant, si forma part del procés comunicatiu és que comunica (MARCO: 2001, p.82-83). És més, si acceptem la premissa anterior, “els silencis, com a fenòmens culturals que són, poden ser interpretats de forma positiva o negativa, però mai com a elements buits”, diu Mateu³¹⁹. En aquest

³¹⁷ PANIKKAR, R. *El silencio del Buddha. Una introducción al ateísmo religioso*. Madrid: Siruela, 1997. Citat per MATEU: 2001, p.69.

³¹⁸ Segons el retòric Quintilià i el filòsof grec Pitàgores, entre d'altres pensadors. “L'actitud silenciosa és imprescindible per a la meditació religiosa”, sintetitza Mateu (MATEU: 2001, p.66).

³¹⁹ MATEU: 2001, p.256. Que puguin ser positius o negatius ja confirma la seva significació i, ahora, el seu relativisme cultural.

sentit, el mateix Sciacca afirma que “no hi ha silencis sense sentit”. L’autor diferencia el caràcter silenciós, que amagaria o eludiria alguna informació o l’expressaria mitjançant sistemes no verbals, del mutisme, que seria la intenció de no comunicar, no voler transmetre res. “Allò que no té sentit és mut, no és silenciós”, afirma Sciacca³²⁰.

El silenci, llavors, no continua uns codis anteriors, no perllonga el discurs verbal, sonor, musical o visual³²¹ amb el mateix llenguatge o tècnica, però sí que afegeix significació, fins i tot correlativa a l’anterior. D’entrada, de la mateixa manera que la música i el so o la nostra percepció lineal de la imatge, el silenci s’estén en el temps; és també un fenomen que requereix la mateixa temporalitat que el so³²². En aquesta línia d’atorgar un paper significatiu al silenci, Dauenhauer diu que el silenci “no està merament lligat amb alguna actitud activa. Ell mateix és una actitud activa”³²³.

És per aquest motiu que estem convençuts que el silenci sempre és una aportació al discurs audiovisual, també en la vida quotidiana. El discurs audiovisual, però, compta encara més amb un component més fort per a refermar aquest argument i és que potencia molt més la intencionalitat comunicativa, és a dir, que res –o quasi res– d’allò que apareix en aquest discurs és casual o inesperat, sinó plenament planificat i ubicat intencionadament. El silenci audiovisual està pensat per ser-hi, amb una intenció o una altra; amb més o menys voluntat, però sempre conscientment³²⁴.

Refermant aquesta idea de silenci comunicatiu, Mateu explica que:

³²⁰ SCIACCA: 1961, p. 90, citat a MATEU: 2001, p.19.

³²¹ Chion parla del *flow casual* o del *so negatiu*, per exemple, com a correlació simultània o no entre la imatge i el so (CHION: 1999, p.147 i 175).

³²² En aquest sentit, el filòsof Panikkar diu que “el silenci és la cruïlla entre el temps i l’eternitat” (PANIKKAR: 1997. Citat a MATEU: 2001, p.65).

³²³ DAUENHAUER, B.P. *Silence. The Phenomenon and its ontological significance*. Bloomington: Indiana University Press, 1980, p.4. Citat a MATEU: 2001, p.19. Pel que fa a aquest tema, Bitti i Cortesi afirmen que la comunicació és “tot intercanvi d’informacions que tingui lloc dins del sistema, amb independència del mitjà utilitzat per comunicar i del fet que els interlocutors tinguin o no consciència d’això”. Per tant, dedueixen d’aquesta premissa que “tot comportament humà en un context interactiu és sempre un comportament significatiu”, com seria llavors el silenci, qualificat per Dauenhauer com a actiu en ell mateix (MATEU: 2001, p.129).

³²⁴ Un silenci audiovisual pot ser causa de la manca d’altres elements, és a dir, no pensat estructuralment i narrativa, sinó com a conseqüència de la finalització d’altres elements. Tot i

El silenci absolut, asignificatiu, no existeix, ja que indicaria vacuïtat total, incomunicació (...) Com defensa l'Escola de Comunicació de Palo Alto, "no és possible no comunicar"

MATEU: 2001, p.274

L'ambigüïtat del silenci és una de les raons que sovint serveixen per qüestionar-li la categoria d'element comunicatiu³²⁵. És cert que en algunes ocasions, l'ambigüïtat que alberga tants possibles significats és més un mitjà d'incomunicació que d'enteniment. Però és una situació que també es dona en altres codis i llenguatges. Així, "el silenci, com la parla", diu Mateu –o com la música, afegim–, "també és ambigu, però el context resoldrà en la majoria de les ocasions aquesta ambigüïtat" (MATEU: 2001, p.25).

La significació i la funció del silenci depenen del context que l'ubica. Com diu la lingüista catalana, "qualsevol acte, ja sigui de parla o de silenci, és en si mateix incomplet i no autònom des del punt de vista significatiu". Per això, amb aquesta equiparació en un punt de dependència, també aplicable tant al silenci i la música com al silenci envers la imatge, Mateu creu "que no existeix cap raó ontològica per a considerar la parla [llegim, els sons o formes sonores] superior al silenci: ambdós contribueixen recíprocament al significat de l'altre"(MATEU: 2001, p.38). És aquesta contribució de l'un a l'altre, en un context de temporalitat lineal, allò que reforça la dependència significativa del silenci envers el seu context, especialment el context antecedent.

"El silenci", diu Amorós, "és percebut com un element de composició que forma part primordial del propi entramat", parlant d'un context comunicatiu³²⁶. Com a component integrat, el silenci continua la relació discursiva que havien iniciat abans altres elements. Però, com diu Mateu, malgrat que el silenci "només pot adquirir la seva infinitat de sentits des del context, el silenci ens

això, sempre és un element conscient i compleix la màxima *com més perceptible, més conscient*. Per tant, un silenci del tot involuntari és certament residual.

³²⁵ Malgrat ser una manifestació ambigua i imprecisa, segons Mateu això no l'hauria de desvalorar davant de la parla, ja que aquesta també pot ser ambigua i imprecisa en moltes ocasions (MATEU: 2001, p.275).

³²⁶ AMORÓS, A. *La palabra del silencio (la función del silencio en la poesía española a partir de 1969)*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1991, p.49. Citat a MATEU: 2001, p.83.

causa temor, inseguretat, desconcert”³²⁷. Com a element extremament ambigu, és la darrera aportació de precisió aquella que motiva i condueix el sentit del silenci; això no vol dir, però, que aquest no es pugui reconduir i orientar-se cap a un nou significat no marcat inicialment.

A l’audiovisual, a més a més, cal recordar que mai hi ha un silenci total transsensorial: o hi ha so, o música, o imatge; els elements que acompanyen el silenci també en reconduïxen el significat. Mateu, en un context més lingüístic, explica que “la funció significativa concreta dels silencis depèn de les seves relacions amb els actes comunicatius previs, però, a la vegada, el silenci és capaç de modificar conductes i relacions entre els individus, especialment si l’expressió no verbal no li serveix de suport” (MATEU: 2001, p.136). D’aquí podem extreure que un silenci audiovisual acompanyat d’un suport més significativament explícit –imatge, paraula escrita– es pot reconduir més fàcilment.

Així, pel seu caràcter lineal i dependent de l’antecedent i del context, un silenci “no pot ser considerat mai com un fenomen redundant”, mai aportarà una informació repetida ja que, fins i tot perllongat, el significat anterior ja el modifica, hi afegeix valor significatiu³²⁸.

És després de conèixer aquestes aportacions i propietats del silenci que podem entendre com contribueix a un llenguatge audiovisual continu, com dèiem abans, amb una articulació del discurs, però també amb una extensió i modificació –perllongació– del significat previ.

3.7.2. Tipus de silenci

La classificació dels silencis es pot realitzar des de diferents perspectives com la funció, durada, context o antecedents que tenen. La primera de les divisions, la més absoluta, és la que realitza Ramírez, que distingeix entre *El Silenci*, amb

³²⁷ MATEU: 2001, p.21.

³²⁸ Mateu diu que “fins i tot després de dir que no sabem què dir, el silenci afegeix un missatge encara” (MATEU: 2001, p.136).

majúscules i com a concepte absolut i metafísic, i *els silencis*, amb minúscules i en plural, que farien referència a les aplicacions pràctiques que trobem en la nostra experiència com a éssers humans (MARCO: 2001, p. 64-65).

El Silenci com a entitat és una construcció abstracta amb arrels en el pensar mític, mentre que els silencis són pròpiament fets, accions, la condició dels quals queda falsejada en sotmetre'ls a la forma gramatical del substantiu
RAMÍREZ: 1992, p.21³²⁹

Aquesta divisió corroboraria la que ja havíem anunciat, de separar el silenci absolut –com a concepte, el qual és inexistent a la pràctica perceptiva– diferent i allunyat de les expressions de silenci que podem trobar al món quotidià, artístic o audiovisual. Aquesta darrera, precisament, seria una altra classificació relativa al context del silenci: quotidià, si el trobem en les experiències de la vida quotidiana; audiovisual, si es troba ubicat en un producte audiovisual (que seria la tipologia que ens interessa per a la nostra anàlisi); i artístic, si s'expressa mitjançant altres formes creatives que no siguin audiovisuals³³⁰. El silenci, per tant, podria adoptar formes o expressions no sonores, per la seva representació com a expressió.

Dins del silenci quotidià, fruit d'experiències socials o naturals, la lingüista americana Saville-Troike realitza una classificació de les categories del silenci en la comunicació humana segons els seus diferents dominis. Així, Saville-Troike distingeix:

- a) Silencis determinats institucionalment: silencis rituals, de grups religiosos, propis del tabú, els indicatius de jerarquies socials, etc.
- b) Silencis determinats pel grup: silenci situacional, normatiu i simbòlic.

³²⁹ RAMÍREZ, J.L. "El significado del silencio y el silencio del significado". A: CASTILLA del PINO (comp.). *El silencio*. Madrid: Alianza Universidad, 1992, p. 15-45. Citat a MATEU: 2001, p.94.

³³⁰ Ramírez considera que en certa mesura el silenci pot ser equiparable a l'abstracció. L'autor argumenta que "un concepte abstracte", també entès com l'expressió abstracta d'un concepte, "no és altra cosa que un signe que es constitueix fent ressaltar aspectes escollits i silenciant-ne la resta. L'abstracció és quasi una forma de silenci" (RAMÍREZ: 1992, p.38) recollit per Mateu a MATEU: 2001, p.73. D'aquesta idea s'extreu que el silenci pot ser transsensorial i, per tant, pot ser una forma d'expressió en el món artístic (MATEU: 2001, p.75).

- c) Silencis determinats individualment: silencis interactius –sociocultural, lingüístic i psicològic– i silencis no interactius –contemplatiu, meditatiu i inactiu³³¹.

Aquesta classificació, encara que centrada en relacions socials, pot ser útil per analitzar silencis audiovisuals dins d'un context social fictici, ja que el cinema, com a expressió artística, és en gran part una representació de la societat que el produeix. També en un àmbit analític sociològic, Laín Entralgo distingeix entre silencis positius i silencis negatius. Els primers condueixen a la mudesa patològica, al no saber què dir; els segons es divideixen en:

- a) El silenci presignificatiu: que exerceix com a fons de la paraula o el so.
- b) El silenci significatiu: amb el qual es vol dir alguna cosa.
- c) El silenci transsignificatiu: aquell que és aplicat a la impossibilitat de dir allò que se sent (MATEU: 2001, p.31).

El silenci presignificatiu coincideix amb una funció sintàctica, estructural, que fa referència a la compenetració i integració en la mateixa trama del silenci i el so. No és per tant significatiu i, potser, tampoc perceptible. El significatiu, en canvi, és el que més ens interessa per aplicar l'anàlisi a l'audiovisual; és sens dubte un exemple clar de continuïtat del discurs i l'expressió estètica durant el silenci. El silenci transsignificatiu, a efectes audiovisuals, és igualment significatiu, però potser el seu origen se situa més en un àmbit metalingüístic o poètic on es denota la impossibilitat de l'emissor per expressar res³³².

La lingüista Gallardo distingeix, segons la durada i la funcionalitat associada, tres tipus de silenci:

- a) *El silenci*: que correspondria a una absència de parla durant un temps llarg i que resta fora de la conversació.

³³¹ SAVILLE-TROIKE, M. "The place of silence in an integrated theory of communication". A: TANNEM, D.; SAVILLE-TROIKE, M. *Perspectives on silence*. Norwood: Alex Publishing Corporation, 1985, p.3-18. Citat a MATEU: 2001, p.30.

³³² El silenci transsignificatiu, doncs, ens remet més a les mancances del director, actor o qualsevol que programi el silenci en un producte audiovisual, ja que ens connota una impossibilitat, un voler i no poder. També pot ser expressat durant l'actuació, representant aquesta situació de silenci transsignificatiu en la diègesi del producte.

- b) *Un silenci*: o varis silencis, durant un intercanvi i en relació amb la conversa.
- c) Pausa: silencis presents dins d'una mateixa intervenció, ja que existeix una continuació posterior³³³.

La categorització de Gallardo, malgrat ser original per l'anàlisi lingüística de les converses, aporta una funcionalitat bàsica en els silencis: la no-emissió del codi anterior³³⁴ (que correspondria a allò que Gallardo anomena *el silenci*) i que faria una funció estructural, entre grans blocs discursius; l'aturada dins d'un mateix bloc discursiu –que podria ser una escena– i que correspondria al que Gallardo anomena *un silenci* i atendria a una funció més estètica o expressiva, sent comparable a l'*efecte-silenci* de Rodríguez; i la pausa, de caràcter més sintàctic, equiparable al silenci presignificatiu d'Enralgo. Per a la nostra investigació, creiem més clarificador, anomenar aquest tipus de silenci – en la seva aplicació a l'audiovisual- *silenci breu*, ja que la seva principal diferenciació amb l'*efecte-silenci* és la seva duració més limitada.

Pel que fa a la motivació del silenci, Kurzon simplement distingeix dos grans grups, el silenci intencional i el no intencional³³⁵. Aquest darrer restaria com a fons, de forma residual i articulatòria. El primer, no obstant això, seria programat, preconcebut.

El silenci es pot classificar segons la seva adscripció a un mitjà artístic determinant, formant part del seu codi i mitjans d'expressió. Així, Mateu recull la classificació del silenci musical feta per Thomas: silenci temporal – equivalent a una parada més llarga i amb protagonisme propi–, silenci espacial –en relació a la resta de la composició–, i silencis gestuals –relatius a les parts de la línia melòdica, encara que no són perceptibles (MATEU: 2001, p.82). És

³³³ GALLARDO, B. "La transición entre turnos conversacionales: silencios, solapamientos e interrupciones". A: Contextos XI /21-22, 1993, p. 189-220. Citat a MATEU: 2001, p.94.

³³⁴ Com ja hem dit, això no vol dir que el silenci no tingui significat.

³³⁵ KURZON, D. *Discourse or silence*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1997. Citat a MATEU: 2001, p.150. Malgrat que Kurzon ho planteja en un context lingüístic, expressant que l'intencional contrasta amb la parla i el no intencional amb el soroll, la seva divisió, també per simple, es pot aplicar als mitjans audiovisuals.

especialment interessant el concepte de silenci espacial, que remet al fet de silenciar una part de la textura musical mentre en continua una altra³³⁶ i que pot ser de gran utilitat en un teixit també multicodificat com és l'audiovisual.

Pavis també identifica quatre tipologies del silenci teatral: silenci desxifrabable – quan conté una paraula reprimida, fàcilment reconeixedora–, silenci de l'alienació –amb un origen repressiu–, silenci metafísic –no es redueix a una paraula i sembla no tenir una altra raó de ser que la impossibilitat congènita de comunicar–, i silenci xafarder –propi de melodrames o comèdies lleugeres³³⁷.

Dins del marc teatral, igualment, el lingüista Poyatos parla d'una altra modalitat de silenci, metalingüística i fàtica³³⁸, com seria l'*stage fright*³³⁹ o les pauses incòmodes innatursals que sorgeixen quan els actors no saben què dir. En una categoria més àmplia, el mateix autor distingeix els silencis textuais, els silencis extratextuais i, a part, les pauses. Els primers són interactius i es troben dins de l'estructura dels discurs; els extratextuais, en canvi, es produeixen per una errada dels anteriors i per tant denoten manca de realisme o creen referències metalingüístiques –com l'*stage fright*–; les pauses, al contrari del que podria semblar amb la terminologia d'altres autors, són aturades llargues fora del context narratiu i que delimiten blocs d'acció (les baixades de teló)³⁴⁰.

Chion parla del *so negatiu* com una concepció especial d'un tipus de silenci. Per a Chion, els mecanismes perceptius ens fan relacionar, psicològicament, una gran massa amb un so de gran intensitat, per exemple, una muntanya a un fort so greu. En ser aquests elements muts o silenciosos per naturalesa, la seva percepció provoca aquest *so negatiu*, que no deixa de ser una percepció mental

³³⁶ Per exemple, en una peça amb veu i acompanyament de piano, el piano pot parar de sobte sense que ho faci la veu, deixant la sensació d'un silenci parcial o espacial, la sensació de què alguna cosa s'ha silenciat.

³³⁷ A l'original, *silencio chismoso* (MATEU: 2001, p.262).

³³⁸ Segons Jakobson, funció relativa a mantenir el contacte amb els interlocutors i comprovar el funcionament correcte del canal transmissor (BAYLON; MIGNOT: 1996, p.87).

³³⁹ En anglès vol dir *por a l'escenari* i denota el fet de quedar-se en blanc durant l'actuació.

³⁴⁰ En referència a les obres: PAVIS, P. *Diccionario del teatro (dramaturgia, estética, semiología)*. Barcelona: Paidós, 1984. i POYATOS, F. *La comunicación no verbal*. Vol. I. *Cultura, lenguaje y comunicación*. Madrid: Istmo, 1994, p.180-181 i 251-258. Citats a MATEU: 2001, p.259-260.

a causa del funcionament del nostre sistema físic neuronal (CHION: 1999, p.175). La utilització del *so negatiu* també pot ser prou expressiva i significativa en el cinema ja que, en estar predisposats a un determinat so, la no-aparició d'aquest so crea un silenci inesperat i alhora carregat de significació. Aquest silenci tindria una equivalència visual al silenci desxifrabable de Pavis.

Finalment, en aquesta categorització dels silencis, cal recordar la distinció psicoacústica que indica Rodríguez en presentar *l'efecte-silenci*. Rebutjant la terminologia de silenci, entenent que no existeix com a absència de so i que en el seu lloc rebem una sensació de silenci³⁴¹, Rodríguez atribueix a *l'efecte-silenci* una caiguda mínima del so d'uns 30 decibels i que contingui una durada d'entre tres i deu segons, tant a la part forta com al senyal de fons romanent (RODRÍGUEZ: 1998, p.151). Amb un criteri psicoacústic, Rodríguez també apunta la tipologia del *zero audiomètric*, que és una mesura de referència relativa a “un nivell d'intensitat a partir del qual diferents grups d'individus entre 18 i 25 anys d'edat, clínicament sans i amb oïdes sanes, deixen de percebre una sèrie de tons”(RODRÍGUEZ: 1998, p.148-149). És, per tant, una magnitud, una mitjana de referència que indica les possibilitats d'audició de l'ésser humà, semblant a un llinard d'audibilitat.





El *zero audiomètric* fa referència a la intensitat i, per tant, un so per sota d'aquesta intensitat podria constituir un silenci, o millor dit, no ser escoltat³⁴². Rodríguez, igualment, es refereix indirectament al concepte de pausa. Per a l'autor, una pausa és una situació “en la qual el silenci es fa audible”, “una forma sonora audible”, és a dir, que malgrat no haver-hi cap so dominant, se sent un fons sonor de baixa intensitat. Aquesta idea és propera al *silenci presignificatiu* d'Entralgo o a *El silenci* de Gallardo, així com a la concepció estructural de pausa exposada per Poyatos³⁴³.

³⁴¹ RODRÍGUEZ: 1998, p.150.

³⁴² Rodríguez precisament emprà l'exemple del *zero audiomètric* per recolzar la idea que el silenci no implica absència de so.

³⁴³ Pausa entesa més com a trencament entre grans blocs, de llarga durada, que no com a articulació inserida entre el codi.

Taula 3.2. Tipologia bàsica dels silencis segons la relació so-silenci

Nom i autor: equivalències	Flux fortuït (<i>flow casual</i>) Chion o la pausa de Rodríguez	<i>Efecte-silenci</i> Rodríguez	Silenci breu (un silenci) Gallardo	Presignificatiu Entralgo
Explicació	So de fons, de molt baixa intensitat i sense cap so predominant. La percepció és a l'inversa: un silenci continu amb petits pics sonors.	Sensació de plaer auditiu que percep qualsevol oient davant una combinació psicoacústica	S'aturen els codis sonors però no amb els paràmetres de l'efecte silenci. Menys durada o menys contrast.	Base silenciosa de fons on es produeix l'emissió de paraules o sons. La percepció, però, és un continu sonor amb petites articulacions.
Representació gràfica				

Les quatre tipologies juguen amb un nivell més percebut –generalment, el nivell sonor– i la seva relació amb el silenci. La diferència entre *flux fortuït* i *silenci presignificatiu* es troba en què en el *flux fortuït* –basat en el *flow casual* de Chion– no necessàriament hi ha d’haver un so intel·ligible articulat sobre el silenci. El *flux fortuït*, al revés que el presignificatiu, que seria un so que deixa entreveure el silenci, seria un silenci que deixa entreveure uns sons minimitzats. El silenci presignificatiu, llavors, apareix quan hi ha un discurs sonor –verbal o musical– que empra silenci per articular els seus codis. El presignificatiu és més aviat una categoria teòrica i conceptual que no analítica, ja que la seva essència de base imperceptible, sense significat, de recolzament quasi cognitiu a la percepció, fa que no es pugui detectar i, per tant, que no es pugui analitzar. Això, però, no impedeix que existeixi com a categoria teòrica del silenci.

3.7.3. Teories sobre el silenci audiovisual

Chion explica que només hi ha so quan hi ha moviment i quan aquest moviment o esdeveniment és sonor (CHION: 1999, p.147). Per això, el silenci sovint es relaciona amb la quietud i la buidor³⁴⁴. Però aquest teòric afirma que existeix allò que ell anomena *flow causal* i que fa referència a la falsa preponderància del so per sobre del silenci (en aquesta investigació l'anomenem *flux fortuït*).

Per a Chion, el 95% de tot allò “que constitueix la realitat visible i tangible no emet cap so”; l'autor posa com a exemple les muntanyes, els edificis, els núvols, etc. De la resta del 5 %, que sí que és sonor, “tradueix molt poc, vagament o en absolut la realitat de la qual és l'aspecte sonor”, és a dir, no hi ha cap relació clara entre imatges i so. Aquest 5% és el *flow casual*. Segons Chion, no som conscients ni del primer punt ni del segon i tendim a creure “innocentment” que la realitat (visible) és sonora i que es descriu a través dels sons (CHION: 1999, p.147). Aquesta falsa concepció permet emprar el *flux fortuït* com a tècnica poètica i dramàtica, creant ambients des d'un segon o tercer pla sonor (CHION: 1999, p.151 i 153).

La teoria del *flow casual* de Chion corrobora un silenci parcial o espacial –en la terminologia de Thomas. Al mateix temps, la no-correspondència entre sons i imatges permet una gran manipulació d'aquesta relació, on també hi pot participar activament el silenci.

Per la seva banda, el lingüista Poyatos estableix una sèrie de premisses per analitzar el silenci:

- “Verbalment i no verbalment [entengueu també sonor i no sonor] són camps necessaris. El comportament no verbal [significació no sonora] no solament recolza el verbal [sonor] sinó que ambdós es necessiten”. El lingüista corrobora amb aquesta idea la complementarietat del so i el silenci, i la seva mútua dependència.

³⁴⁴ També a MATEU: 2001, p.148.

- “Una gran part del fenomen silenciós va unida, inevitablement, a la gestualitat. Les diferents funcions del silenci es poden conèixer millor a partir del llenguatge no verbal”. En aquesta premissa hem d’extrapolar el concepte de gestualitat pel de codis visuals, dins del marc audiovisual. Així, la proposta de Poyatos rau en entendre el silenci a partir dels codis visuals que l’acompanyen i dels quals depèn en gran mesura.
- “El silenci, igual que la comunicació no verbal³⁴⁵, necessita molt més del context per ser interpretat que la parla, que el necessita en menor grau”. El context audiovisual, per tant, ha d’influir de manera determinant en el significat que aporti el silenci.
- Finalment, Poyatos afirma que “el silenci ha de ser estudiat com a element interactiu, ja que quan el discurs queda interromput per una pausa, el paralenguatge i la cinèsica (aspectes fonamentals de la no verbalitat) passen a omplir aquest aparent buit verbal”. Per a Poyatos, el silenci no es pot entendre sense una vinculació de retroalimentació amb els altres components de la comunicació. En una producció audiovisual, són els altres codis romanents –per a Poyatos, el paralenguatge i la cinèsica en el marc d’una conversa– aquells que ajuden a perllongar el significat en el silenci (POYATOS: 1994, p. 168-170)³⁴⁶.

La novetat d’aquest plantejament és la concepció d’interacció i dependència entre el silenci i els altres codis audiovisuals, fet que, a la pràctica, fa que el silenci s’hagi d’analitzar com un element interactiu. És per aquest motiu que Ramírez afirma que el silenci només es pot entendre com un fet o una acció:

Preguntar-se què significa el silenci en un cas determinat no equival a preguntar què significa una cosa determinada, sinó què significa el fet que algú, en un moment determinat, no digui res.

RAMÍREZ: 1992, p.20³⁴⁷

Per aquest autor, el significat semiòtic del silenci no ha de cercar el significat de la paraula silenci sinó què significa el silenci mateix, en cada context³⁴⁸.

³⁴⁵ Una expressió mitjançant la mímica necessita més el context per poder ser entesa, per exemple.

³⁴⁶ Citat a MATEU: 2001, p. 131-132.

³⁴⁷ Recollit a MATEU: 2001, p.93.

Segons Mateu, el context i la intenció i una anàlisi dins de la dimensió pragmàtica més que sintàctica són “imprescindibles a l’hora d’interpretar els significats dels silencis i d’adscriure’ls a una determinada tipologia” (MATEU: 2001, p.274). Per l’autora, el veritable significat dels silencis es desprèn entenent per què l’emissor els ha expressat, quina era la seva intenció, i no tant buscant una funció o un paper sintàctic en el conjunt del discurs. Tanmateix, les dues qualitats no són excloents i, un silenci amb una clara funció sintàctica o estructural, també pot matisar el seu rol si entenem millor la intenció de la seva aparició.

Algunes de les teories de la música cinematogràfica també fan èmfasi en el silenci, generalment, com a component musical. Per exemple, Béla Balázs, del corrent formalista, considera el silenci com un element viu i expressiu. L’autor considera el silenci de gran importància dramàtica i “uns dels efectes dramàtics més propis del film sonor” (FRAILE: 2004, p.119). Balázs equipara la música al silenci –concebent la idea de la música del silenci– entenent ambdós elements com a neutralitat, com a fons neutre; alhora, atorga al silenci les qualitats de subratllar l’efecte d’aproximació i unificació dels objectes, dins i des del discurs audiovisual³⁴⁹.

Per a Balázs, el silenci, a més de formar part de la música, és un gran complement expressiu: la música destaca, amb la seva interrupció, l’emoció del silenci; la música és el millor mitjà per representar el silenci. Al mateix temps, la música cinematogràfica, en el cine sonor, és la més silenciosa, imperceptible (FRAILE: 2004, p.119).

Kracauer, encara que ja situat dins el corrent estètic realista, continuarà aquesta idea de Balázs que equipara música i silenci com a neutralitzadors (KRACAUER: 1989, p.179). Per a Kracauer, “el silenci inserit en una

³⁴⁸ Així, Ramírez opta també per un significat adaptat a cada context i situació i introdueix, al mateix temps, el concepte d’intencionalitat (RAMÍREZ: 1992, p.20). Citat a MATEU: 2001, p.93.

³⁴⁹ FRAILE: 2004, p.119.

continuïtat musical adquireix un valor extraordinari com a forma de subratllar esdeveniments narratius”, comenta Fraile (FRAILE: 2004, p.127).

D'altra banda, també hem observat que el silenci tendeix, potser per la seva ambigüïtat i dependència dels codis visuals i del context, a imposar la relació que té amb el temps present i l'espai-aquí, és a dir, amb l'espai-temps immediat. Això vol dir que efectes audiovisuals com el desplaçament de bandes³⁵⁰ o un *leitmotiv* temporal o espacial no són efectius amb el silenci, ja que aquest obliga a relacionar el seu significat amb la imatge o codis que hi percebem simultàniament. Pel seu ancoratge en el present-aquí, el silenci no pot remetre a altres espais o temps narratius³⁵¹.

Si, com a exemple, en un bar atapeït de *cowboys* que estant bevent amb gresca i ballant amb música *country*, de sobte introduïm un silenci no correspost per les imatges –és a dir, que segueixen movent-se, ballant i rient– l'espectador notaria que alguna cosa passa narrativament, no diegèticament, però tampoc no sabria què. Tot i que després la següent escena fos un pistolero solitari cavalcant a mitja nit cap al bar d'abans, en silenci, l'avançament del silenci no hauria presentat aquest personatge, tot i que ja s'hagués emprat aquest singular *leitmotiv* silenciós abans. Només es comprendria l'*efecte-silenci* una vegada ja veiem l'escena corresponent, perdent el seu poder d'anticipació³⁵².

Com a resum de les teories presentades, podem entendre el silenci com a part i component de tot tipus de so –parla, música i soroll– des de dues perspectives, com a fons on sustentar el so i com a element que articula aquest mateix so. Alhora, el silenci té una gran dependència del context, més que el so, i el seu significat també es veu afectat pels codis visuals o acústics que romanen

³⁵⁰ Tècnica que consisteix en avançar el so o la imatge de la següent seqüència, creant una convivència entre un so i una imatge de diferents espais-temps narratius i, com conseqüència un significat i efecte expressiu diferent.

³⁵¹ En una certa relació, dilatada i simbòlica, amb l'*hic et nunc* de Walter Benjamin.

³⁵² Igualment, ¿podem relacionar un silenci amb un personatge, com a *leitmotiv*? La seva ambigüïtat i la impossibilitat de diferenciar-ho d'altres silencis ho impossibilita. De totes formes, si es donés el cas d'aquesta identificació caldria veure si no és el mateix mecanisme de realitzar-la repetidament allò que produeix l'associació i no les qualitats invariables i regulars del mateix silenci.

mentre el silenci apareix. El seu estudi i anàlisi, per tant, ha de realitzar-se com un element interactiu amb aquests elements i amb el context, entenent el silenci en si mateix com un element dinàmic i significatiu. Finalment, remarcar la vinculació obligada del silenci a l'escena present, és a dir, a l'espai-temps narratiu immediat.

3.7.4. Funcions del silenci

Teresa Fraile, a la seva tesina de doctorat *Introducción a la música en el cine: apuntes para el estudio de sus teorías y funciones* presentada a la Universidad de Salamanca el 2004 distingeix tres actituds bàsiques de la música respecte del cinema: paral·lelisme, autonomia i participació artística o participació dramàtica. Dins del camp de la música autònoma es distingiria la relació de contrapunt i contrast³⁵³. Aquesta classificació es refereix a l'articulació conceptual de la música, és a dir, “la manera en què música i imatge es corresponen des d'un punt de vista extradiegètic” (FRAILE: 2004, p.183).

Les tres grans relacions entre música i imatge presentades per Fraile³⁵⁴ semblen d'entrada inapropiades pel silenci. Primer perquè el silenci no pot actuar com un element estructural global pel que fa a la relació amb la imatge; si depèn del seu context, també del context sonor, necessita que hi hagi diferents contextos per tenir significació i, per tant, no es pot estendre il·limitadament en una funció paral·lela o de contrapunt al costat de la imatge. Segon, perquè el silenci no es diferencia en ell mateix en diferents fragments o motius que puguin actuar seguint o contradient les pautes visuals. El silenci és uniforme i homogeni, que no vol dir que estigui desproveït de significat, com ja hem vist. Per tant, una relació a nivell global, banda sonora només de silenci i film, sembla contraproductiva i insatisfactòria.

Això no vol dir, però, que aquestes relacions no es puguin aplicar a nivell parcial i en escenes específiques. Està clar que el silenci pot ser paral·lel a la

³⁵³ Vegeu capítol 4, sobre el mètode d'anàlisi i la classificació de les funcions de la música.

³⁵⁴ A FRAILE: 2004, p. 181-211

imatge (imposant-se en un paisatge d'alta muntanya o desèrtic) i ser contrastant (fent silenci en un bulliciós centre comercial, per exemple). Costa més d'acceptar una funció contrapuntística, ja que aquesta implica una certa seqüència de silenci, amb expressions diferents, per crear un discurs en contrapunt amb la imatge; ja hem dit que el silenci no pot presentar diferents silencis. Quant a la participació dramàtica i afectiva són les opcions que millor realitza el silenci: un home veu com explota la seva casa amb la seva família dins; primer se sent l'explosió però de seguida apareix el silenci expressant la buidor i consternació. El silenci, des de sempre, ha estat un recurs per accentuar el dramatisme d'una escena.

El silenci, per tant, pot realitzar una funció de reforç o seguiment, en una relació paral·lela, pot esdevenir un contrast estètic i, fins i tot, semàntic, dins de la relació autònoma i, amb claredat, pot tenir la funció d'aportar un nou significat i una accentuació del dramatisme conjunt de l'audiovisual.

En relació amb un ús dels silencis concrets o específics, Rodríguez distingeix tres funcions bàsiques: l'ús sintàctic, el naturalista i el dramàtic³⁵⁵. El valor de l'aportació d'aquest autor és, primer, la seva referència específica i directa al silenci com a tal, sense vinculacions amb la música o altres codis; i, en segon lloc, el trasllat coherent de les constants psicoacústiques i perceptives a un pla narratiu i expressiu, com demostra la seva determinació de les funcions esmentades. Com a punt negatiu, tan sols s'hauria de comentar que només se centra en la categoria d'*efecte-silenci*, sense atendre altres possibles modalitats silencioses.

La funció sintàctica estaria relacionada amb "l'organització i estructuració dels continguts audiovisuals", segons Rodríguez, i coincideix amb la tipologia de silenci que hem anomenat *estructural*. L'autor comenta que aquesta tipologia funcional arriba normalment després de "textos neutres", és a dir, al final d'un text oral finalitzat o després d'una situació dramàtica ja resolta. El valor

³⁵⁵ RODRÍGUEZ: 1998, p.153-154.

expressiu, per tant, no implica interrupció i/o sorpresa, sinó simplement separació. L'*efecte-silenci* actua com a separador³⁵⁶.

La funció o ús naturalista, per la seva banda, “correspon a aquells *efectes-silenci* que s’empren imitant estrictament els sons de la realitat referencial”, explica Rodríguez. Són silencis, per tant, descriptius a través del context, com hem postulat; i, al mateix temps, són silencis que també podríem trobar amb normalitat en la nostra quotidianitat, al món real. Rodríguez posa l'exemple del so d'unes passes; l'espectador, fins i tot, si és un so fora de camp, s'imagina algun personatge caminant; si s'introdueix un *efecte-silenci*, el significat naturalista és que aquest personatge s'ha aturat; el silenci ha descrit l'aturada³⁵⁷. Aquesta tipologia funcional permet l'expressió d'informacions realment objectives i concretes de l'acció narrada mitjançant el silenci (RODRÍGUEZ: 1998, p.153-154).

Finalment, Rodríguez presenta l'ús dramàtic de l'*efecte-silenci*. Per a l'autor, aquest és un ús conscient que empra el narrador per expressar “algun tipus d'informació simbòlica concreta”³⁵⁸. Aquest *efecte-silenci*, per tant, no té una relació objectiva amb la realitat referencial representada. Rodríguez admet que el seu ús és “extremament obert” i, d'acord amb els nostres plantejaments en apartats anteriors, afirma que “el tipus de càrrega simbòlica que [l'*efecte-silenci*] adquireix depèn, a la vegada, de la presència de certes incongruències narratives i del tipus d'informació emocional que conté el discurs que el precedeix” (RODRÍGUEZ. 1998, p.154).

A part de recolzar la importància del context, aquest autor especifica dues qualitats d'aquest antecedent que influeixen en la significació del silenci: les incongruències narratives i la informació emocional. Si entenem, seguint la

³⁵⁶ RODRÍGUEZ: 1998, p.153.

³⁵⁷ L'únic problema en aquest exemple és que resulta més fàcil imaginar un silenci en aquesta situació que no un *efecte-silenci*, ja que aquest darrer requereix un contrast d'intensitat important que el so de les passes per si sol no pot oferir i, en cas d'estar molt amplificat, comporta el risc de distorsionar significativament la situació.

³⁵⁸ Rodríguez posa exemples d'informació simbòlica concreta com mort, suspens, buit, angoixa, etc.

pauta musical de Meyer, que l'emoció també sorgeix per unes expectatives i unes resolucions narratives, l'antecedent del silenci indica una tensió i unes previsions desconcertants a través de les esmentades incongruències i del silenci amb ús dramàtic³⁵⁹, malgrat la seva ambigüïtat, finalment resol o concreta la situació dramàtica anticipada.

Òscar Antoni Santacreu, en la seva tesi doctoral *La música en la publicidad* descriu algunes funcions específiques del silenci. Santacreu veu el silenci com un element que ajuda a subratllar o ressaltar certes qualitats. “El silenci es pot utilitzar”, segons explica l'autor, “per a generar certes emocions o per augmentar l'atenció i la retenció d'informació presentada a l'anunci”. Parafraçant Olsen³⁶⁰, Santacreu afirma que el silenci incrementa el contrast entre la informació presentada i allò que l'envolta (SANTACREU: 2002, p.48). Així, l'autor destaca una funció emotiva –per generar emocions–, una funció atractiva –per augmentar l'atenció– i, alhora, una funció contrastant, en un estadi més passiu del propi silenci³⁶¹. Santacreu fa èmfasi en què l'efecte de contrast és qui marca el poder d'atracció del silenci, ja que, com ell mateix indica, en un silenci de fons constant aquesta qualitat es perd (SANTACREU: 2002, p.49). Per altra banda, l'autor no parla de significació pròpiament, tot i que ja abans ha afirmat que el silenci sí que té valors a l'hora de transmetre significats. Precisament, en aquesta línia, Santacreu entén més el silenci des d'un punt de vista instrumental, de conducció, que no amb un significat propi³⁶².

Santacreu també recull el posicionament de Beltrán³⁶³ respecte del silenci i de la seva funció. Per a Beltrán, “el silenci, com a subjectivitat, necessita un tracte

³⁵⁹ També cal recordar que ja que és el context qui marca el significat i la funció i, a causa del fet que els silencis són iguals i uniformes, no hi ha silencis dramàtics o silencis sintàctics sinó silencis amb un ús dramàtic o un ús sintàctic, etc.

³⁶⁰ OLSEN, G. D. “The influence of silence and background music on recall and attribute importance”. A: *Journal of Advertising*, hivern 1995. Citat a SANTACREU: 2002, p. 48.

³⁶¹ Els noms de les funcions són nostres ja que Santacreu no en proposa cap.

³⁶² Aquesta visió més instrumental i tècnica també és la pròpia del llenguatge publicitari que té el clar objectiu de persuadir l'espectador, al marge de possibles expressions estètiques.

³⁶³ BELTRÁN, R. *Ambientación musical: selección, montaje y sonorización*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1984 (Colección Manuales Profesionales). Citat a Santacreu a SANTACREU: 2002, p.151.

més subtil i la seva utilització és adequada en motius de contrast i d'expectació, així com en estats anímics i de tranquil·litat, pietat, humilitat, compassió, indulgència, menyspreu, desesperança, penediment... i com a imitatiu es pot aprofitar en ambients d'intimitat, tancament, restricció, infinitat, mort, desolació..."³⁶⁴. Beltrán, per tant, corrobora la funció de contrast i l'ús emocional i, potser, afegeix el matís d'una possible funció expectant, una d'imitativa i una destinada a la descripció dels estats d'ànims, que estaria dins de la descriptiva³⁶⁵. Santacreu conclou que "el silenci produeix més expectació" que altres components de la banda sonora i basa, novament, el seu poder expressiu en el contrast. Santacreu ho explica de la manera següent:

El silenci absolut, quan s'espera per lògica narrativa un soroll extrem, proporciona un impacte emotiu que, per inconcebible, resulta eficaç. Així mateix, un soroll sobtat i inesperat, produït aïlladament en el context d'un silenci perllongat, pot produir de forma immediata una situació d'alta tensió emocional.

SANTACREU: 2002, p.152

L'autor d'aquest estudi de la música en la publicitat planteja, així, dues formes de contrast amb el so i el silenci. La primera situa el silenci en una aparició inesperada, o més exactament, en una aparició substitutiva d'un so que sí que és esperat. Aquesta situació exemplifica clarament una continuació significativa i narrativa de l'antecedent sonor al mateix silenci, mitjançant el recurs o la tècnica de la sorpresa. Podríem anomenar aquesta funció com a continuista o substitutiva, dins del bloc més general d'un ús emocional. Al mateix temps, Santacreu proposa gairebé el cas contrari, on la sorpresa és el so i no el silenci. Així en un silenci perllongat, estable, és un cop de so qui aporta el significat. Seria l'equivalent a la funció expectativa, ja que és el silenci qui crea el context necessari per produir una resolució. Aquest ús pot ser combinat fàcilment amb el del contrast, tot i que poden ser independents ja que una

³⁶⁴ BELTRÁN: 1984, p.46, recollit a SANTACREU: 2002, p.151.

³⁶⁵ No hem de confondre una funció que generi l'emoció, que el mateix silenci sigui l'emoció, a una que en descriu l'emoció o l'estat d'ànim. La relació amb els estats d'ànim que proposa Beltrán és descriptiva de l'entorn naturalista on es produïrien aquests o, com a molt, simbòlica (en el cas de la infinitat, mort, tancament, etc.).

expectativa es pot resoldre amb insatisfacció, és a dir, sense un contrast resolutori³⁶⁶.

Entenent que la música “existeix per si mateixa i no necessita un pretext”, Fraile defineix el terme *funció* com “ús, aportació o associació”, però fugint de l’emmarcament en una teoria funcionalista. Alhora, l’autora reconeix un paper rellevant del context on s’ubica la música: “la música d’una pel·lícula no és estructural o expressiva per si mateixa, sinó que pot ser-ho”, diu Fraile. És per aquest motiu que entenem la música com a *polifuncional* (FRAILE: 2004, p.218-219).

Taula 3.3. Funcions de la música adaptades a les possibilitats del silenci

Tipus	Funcions Expressives	Funcions Estètiques	Funcions Estructurals	Funcions Narratives
Àmbit	Recepció	Estil	Estructura	Narració, guió
Conceptes	EXPRESSIVITAT	ESTÈTICA	FORMA	CONTINGUT
Sub-funcions	Recepció: Realisme	Ambientació: Espai	Unitat: Enllaç	El·lipsi narrativa o metafòrica
	Sentiment: To emotiu general Subratllat dramàtic		Equilibri estructural	El·lipsi significativa o sublimació
			Rítmica: Variant el ritme	Punt de vista: Intensificador Situació objectiva Veritable significat
			El·lipsi estructural	

Fraile classifica les funcions de la música al cinema en quatre grans grups: funcions expressives, vinculades a l’emotivitat; funcions estètiques, com a creadores d’ambient i to; funcions estructurals, vinculades a la forma i l’estructura de la narració, i funcions significatives o narratives, relacionades amb l’aportació de la música al contingut fílmic. Dins de cada bloc de

³⁶⁶ Els noms d’aquestes funcions també són proposats per nosaltres atenent la descripció dels efectes que fan Santacreu i Bertrán.

funcions, encara seguint l'autora Fraile, es distingeixen funcions específiques diferents³⁶⁷.

Extrapolant les categories i tesis de l'aportació teòrica i compiladora de Fraile i adaptant-les a les funcions del silenci, podem obtenir un nou esquema, d'entrada amb menys funcions que les presentades per l'autora de Salamanca. El motiu de la disminució d'usos seria la ja comentada ambigüïtat i uniformitat del silenci que tampoc no li permeten un efecte *leitmotiv* ni una llarga continuïtat.

La majoria de les funcions del quadre ja han estat comentades a través de les propostes d'altres autors. Tanmateix, passem a revisar les més singulars. Quant a l'ambientació temps-espai, el silenci pot evocar aquesta funció descriptiva d'un espai –per exemple, un cementiri, un convent. El temps és més difícil de representar pel silenci perquè no disposa de les característiques connotatives de la música –com l'estil, el timbre, el ritme; l'ambientació del temps sempre serà més simbòlica³⁶⁸. Podríem dubtar, llavors, si el silenci pot ambientar un temps.

L'equilibri estructural seria mitjançant la comparació so-silenci, o imatge-silenci, on aquest darrer pot suavitzar o alleugerir l'excés de muntatge o de pes dels altres codis. Igualment, la rítmica vindria donada per la valoració global so-silenci i, simultàniament, imatge-silenci. Una conversa entre diversos interlocutors, molt intensa, per exemple, pot estar marcada rítmicament per les pauses i silencis que sorgeixin, que poden també indicar el comportament del muntatge. L'el·lipsi estructural seria també una forma de transició a través del silenci, que elimina i inclou altres elements. Per exemple, un silenci en un primer pla pot suposar que el personatge fa un *flashback* de la situació, malgrat que aquest element no es visualitzi.

³⁶⁷ Vegeu el capítol 4 dedicat al mètode d'anàlisi, apartat de la classificació de les funcions de la música.

³⁶⁸ Per exemple, un silenci que acompanya el naixement de l'univers. O un silenci que representa un temps de repressió.

Finalment, el punt de vista, encara que amb menys informació i més ambigua encara que la música, també pot aportar un significat a un moment escènic determinat. La intensificació de la narració és una funció clara, per exemple, en una discussió de parella, creixent la música es va intensificant, però els darrers retrets i crits succeeixen dins d'un *efecte-silenci*, el qual aporta malestar intensificat i tensió.

La situació objectiva de l'espectador, en canvi, és més complexa. Un barri on tots els veïns treballen joiosament el seu jardí en un esplendorós dia d'estiu, però que es presenta amb un silenci permanent implica que no tot és tan agradable com sembla a primera vista; aquest silenci que en un primer moment pot semblar naturalista esdevé un paràmetre que situa objectivament l'espectador sobre la situació de la narració: comença amb un conflicte, ningú se saluda, no hi ha cordialitat ni ambient veïnal.

Pel que fa a la funció de la revelació del veritable significat també és més ambigua, però possible. Imaginem que en una seqüència cinematogràfica uns policies busquen un sospitós d'assassinat i entren, sense interrompre, en un míting polític. Se senten la veu de l'orador i una música amb una expressió patriòtica. Els policies van repassant les fisonomies dels assistents amb un retrat robot a la mà –que l'espectador no ha vist. Quan la mirada del policia es creua amb la de l'alcalde, que escolta el discurs, es produeix un *efecte-silenci* que és acompanyat per un pla sostingut. Aquest silenci ens indica que l'alcalde és veritablement l'assassí i té un altre significat ocult.

D'aquestes funcions que hem presentat realitzem un quadre comparatiu per autors. En principi recollim els quatre grans blocs funcionals proposats per Fraile (Expressives, Estètiques, Estructurals i Narratives) i, a partir de la seva divisió, anem ubicant les altres propostes. Els termes que coincideixen en una mateixa fila horitzontal són considerats equivalents. D'altra banda, en la columna anomenada 'Propostes' exposem els suggeriments de denominació per unificar les diferents equivalències o, en el cas que no hi hagi cap nom anterior, per identificar aquell bloc funcional.

A grans trets, el silenci és considerat en general com un element que aporta significat, emoció i articulació. Per això les funcions dramàtiques, emotives o de contrast o sintàctiques són gairebé comunes, sota noms diferents, a tots els autors.

Taula 3.4. Quadre comparatiu de les funcions del silenci

Autor	FRAILE	RODRÍGUEZ	SANTACREU	BERTRÁN	Propostes
Expressives	Realisme	Naturalista		Imitació d'ambients	Descriptiva
	To emotiu		Generar emoció	Representació estats anímics	Emotiva
	Subratllat dramàtic o expressiu	Dramàtic	Generar emoció Atreure atenció Expectativa	Expectativa	Dramàtica: continuïsta expectativa
Estètiques	Ambientació espai	Naturalista		Imitació d'ambients	Ambiental
Estructurals	Enllaç	Sintàctica			D'enllaç o sintàctica
	Equilibri estructural				D'equilibri
	Variació rítmica		Contrast	Contrast	Contrast rítmic
	El·lipsi estructural				D'el·lipsi estructural
Narratives	Punt de vista				Significativa
	El·lipsi narrativa	Naturalista			D'el·lipsi narrativa
	El·lipsi significativa				D'el·lipsi significativa

D'altra banda, Poyatos parla de tres funcions genèriques que es poden sobreposar i combinar amb les anteriors:

- a) Silenci com a signe: el silenci no és la manca d'alguna cosa sinó que actua com a signe, aporta un valor.

- b) Silenci com a signe zero: tanmateix, aquest signe pot indicar l'absència d'un so esperat.
- c) Silenci com a portador de l'activitat precedent, que exerciria una funció substitutiva o continuista (POYATOS: 1985, p.48)³⁶⁹.

De les funcions analitzades deduïm que el silenci incideix o pot incidir en tots els àmbits del producte audiovisual (elements expressius, estètics, estructurals i narratius). D'altra banda, el silenci pot aportar significat, emotivitat o expressivitat així com una descripció naturalista d'un paisatge sonor o d'un esdeveniment. El silenci pot combinar més d'una funció en un mateix espai-temps fílmic.

³⁶⁹ Citat a MATEU: 2001, p.149.

PART II

Anàlisi dels espots electorals

La música pot donar nom
a allò innombrable i comunicar
allò desconegut

Leonard Bernstein, compositor nord-americà

A vegades, el silenci és la pitjor mentida

Miguel de Unamuno, filòsof i escriptor espanyol

Mètode d'anàlisi

En aquest capítol es mostra el mètode amb el qual s'analitzarà la relació i la interacció entre la música, el silenci i les imatges, així com la resta del producte audiovisual, dels espots electorals. En primer lloc, s'introduirà el mètode analític plantejat per Josep Lluís i Falcó, que s'adoptarà en aquesta investigació amb alguns matisos. El mètode de Lluís i Falcó rebrà en aquest capítol un repàs explicatiu, però també crític, fent destacar els seus punts febles o mancances per la seva aplicació en el context de la nostra recerca.

En segon lloc, es debatrà la classificació de les funcions de la música realitzada per Teresa Fraile, ja que la menció i referència a les funcions musicals també s'inclourà en el mètode analític que es configura en aquest apartat. Més que un debat teòric sobre les funcions de la música i la història estètica de la seva formulació, es planteja un debat sobre l'adequació i la conveniència pràctica de la seva inclusió en el mètode d'anàlisi que es prepara en aquest capítol.

En tercer lloc, es proposarà un mètode i un protocol per analitzar el silenci audiovisual en el marc, evidentment, dels espots electorals. Aquest mètode ja va ser configurat i testat en treballs acadèmics anteriors; en aquest espai, doncs, serà presentat i discutit, d'acord amb les seves possibilitats en aquesta nova investigació.

Finalment, es dissenyarà un protocol conjunt, és a dir, un formulari analític que inclogui els anteriors aspectes i que sigui útil per al buidatge i anàlisi de dades en el context en què les estudiem. Es realitzarà també una valoració de les possibilitats i necessitats d'aquest nou mètode en el seu conjunt.

4.1. Anàlisi de la banda sonora. El mètode de Lluís i Falcó

El 1995 Josep Lluís i Falcó publicava a la revista *D'Art* un mètode d'anàlisi de la banda sonora fruit de la seva inquietud des de fa temps per trobar i adaptar un vocabulari i uns conceptes a l'anàlisi de la interacció entre música i imatges³⁷⁰. L'autor no reivindica aquest mètode com una eina analítica, camp en el qual no és especialista, sinó que el justifica per la mancança de termes precisos que hi havia per referir-se a les relacions entre música i cinema. Tot i així, el mètode proposat ha estat àmpliament acceptat entre els investigadors de la banda sonora audiovisual perquè conté elements útils que detallen aquesta relació de la música amb la imatge.

Del mètode de Lluís i Falcó en destaquen tres característiques distintives: *a)* està dedicat específicament a la banda sonora musical cinematogràfica; *b)* realitza l'anàlisi a través de la divisió de la banda sonora en blocs, i *c)* estableix una sèrie de paràmetres analítics basats en la relació música-imatge. En els següents paràgrafs, al mateix temps que es desenvoluparan l'explicació i concreció d'aquest mètode, s'aniran argumentant i detallant aquestes tres característiques esmentades.

³⁷⁰ LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.169; LLUÍS i FALCÓ: 2005, p.143.

Lluís i Falcó realitza una distinció clara entre Banda Sonora (BS), Banda Sonora Musical (BSM) i Música de Cinema. La Banda Sonora no és sinònim de Música de Cinema (MDC)³⁷¹, ja que molta música composta per al cinema no es va enregistrar i/o sincronitzar amb el film i, per tant, no adquireix la categoria de banda sonora. Igualment, cal distingir entre Banda Sonora –espai acústic que a part de la música també inclou altres manifestacions com diàlegs, sorolls i silencis– i Banda Sonora Musical, terme aquest darrer que es refereix exclusivament a la música sincronitzada d’una pel·lícula. L’anàlisi de la interacció musical, per tant, es realitza a partir de la Banda Sonora Musical (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.170). A més a més, en la presentació d’aquest mètode, Lluís i Falcó es refereix únicament a un context cinematogràfic, de films, sense perjudici que la metodologia que proposava pugui ser útil i aplicable a d’altres productes audiovisuals³⁷².

L’autor entén la música de cinema com a música funcional “música aplicada a la imatge”³⁷³. Lluís i falcó, ahora, afirma que qualsevol recurs musical es pot veure definit per més d’un paràmetre, és a dir, la seva relació amb la imatge es pot analitzar des de diferents punts de vista de la interacció (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.171)³⁷⁴. Una de les aportacions innovadores de l’autor és la distinció i la definició dels diferents paràmetres –precisament valorant la seva diferència d’origen– que afecten la relació música i imatge, entenent que uns es basen en la narració, altres en l’ordenació del material acústic, i d’altres en el tipus de disposició respecte el muntatge.

³⁷¹ ‘Música de Cinema’ seria tota aquella música composta o bé utilitzada en una obra cinematogràfica. Aquest terme, però, no inclou que aquesta música hagi estat ni enregistrada – poden quedar-hi tant sols partitures–, ni sincronitzada amb les imatges. Segons Lluís i Falcó, la música de cinema “no té unes característiques musicals pròpies”, ja que “no és la música en si mateixa la que defineix la pertinença de o no d’una obra o un compositor determinats al camp de la música cinematogràfica, sinó la seva aplicació a unes imatges, la seva dedicació a un mitjà de comunicació” (LLUÍS i FALCÓ: 2005, p.151).

³⁷² De fet, a part de ser aplicable a d’altres productes audiovisuals –com els espots electorals–, també es pot centrar en d’altres elements de la banda sonora. Si bé Lluís i Falcó idea aquest mètode per a la música (banda sonora musical), aquest mètode també es pot adaptar per a elements com els sorolls, el silenci, la veu, etc.

³⁷³ LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.170.

³⁷⁴ Així, per tant, definir un fragment o tema com a *leitmotiv* és tan sols una aproximació. Aquest tema pot aportar moltes altres característiques de relació amb la imatge a part de la qualitat de *leitmotiv*, que se centra en un pla narratiu.

Lluís i Falcó concep l'anàlisi de la relació entre música i cinema des de la unitat del bloc. *Bloc* és el terme que s'empra normalment en la música cinematogràfica per designar cadascun dels fragments musicals. És una terminologia, per tant, pròpia i habitual de les fases de composició, producció, edició i sincronització de la música al film. Els blocs, normalment, van numerats i inclouen la indicació del temps que dura el fragment musical (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.172). Els blocs, alhora, es poden dividir en temes o subtemes, entrant llavors, en una anàlisi musical i no estrictament audiovisual.

Tanmateix, l'autor considera que la matèria expressiva de l'audiovisual comporta "convergències i divergències" entre els elements i codis que la componen. Les relacions entre els diferents codis, doncs, s'atenen a aquest patró d'estira i arronsa, en certa manera irregular³⁷⁵. Per això, els blocs, tot i ser útils per a definir unitàriament un contingut musical de la banda sonora, no són absoluts ni uniformes, és a dir, que poden tenir variacions en els paràmetres del mètode en el transcurs del mateix bloc. Lluís i Falcó entén que "l'audiovisual fluctua" i que això comporta, per tant, que l'aplicació dels paràmetres i divisions "ha de reflectir la flexibilitat del material audiovisual"³⁷⁶.

4.1.1. Funció articuladora

Lluís i Falcó planteja com a primer paràmetre d'anàlisi la funció articulatòria, entenent per aquesta, quin és el codi –música o imatge– que s'imposa a l'altre i marca l'articulació del producte; el codi que no és predominant, passa a ser funcional i s'entén, com passa habitualment, concebut a posteriori. L'autor indica, doncs, dues qualificacions possibles per aquest paràmetre: protagonica i secundària. Quan la música és protagonica, és pensada o triada inicialment i, posteriorment, "les imatges s'estructuren, es construeixen i s'articulen al

³⁷⁵ Segons una conversa mantinguda amb l'autor el novembre de 2009.

³⁷⁶ Declaracions en aquesta mateixa conversa. Lluís i Falcó considera que "és difícil definir les unitats de l'audiovisual", precisament, perquè "el problema és l'objecte d'anàlisi", és a dir, la música i/o l'audiovisual, més que no pas el mètode.

voltant de la música i a partir d'ella"³⁷⁷. Seria el cas de films com òpera i ballet filmats o films musicals, per exemple (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.173).

Aquest paràmetre remet directament al procés de producció, ja que indica quin és el llenguatge que ha estimulat la idea creativa o bé que ha estat escollit o creat primer. Té un problema, però, de simplicitat ja que, encara que no és habitual, obvia experiments creatius com podrien ser els videoarts, o d'altres, on la creació audiovisual es pot concebre com un tot, sense atorgar preeminència o un estadi temporal de 'primer' a cap dels dos codis (RADIGALES: 2005, p.193-195)³⁷⁸.

Per altra banda, sembla que la influència de la funció articuladora restaria relegada tan sols al nivell del muntatge i, fins i tot, específicament, al nivell rítmic del muntatge³⁷⁹, ja que la música pot marcar el ritme de les imatges, malgrat que poden ser les imatges les que marquin el ritme estètic, argumental, narratiu i, fins i tot, semàntic o significatiu.

Tot i això, el paràmetre és útil, tenint en compte aquestes limitacions, per analitzar l'origen de la producció, la intencionalitat primera, i, seguint aquesta idea, els recursos o materials disponibles en el moment de la creació audiovisual.

4.1.2. Justificació òptica

El paràmetre de la justificació òptica, o de la presència en pantalla, es refereix a la justificació de les fonts sonores de la música. En aquest paràmetre, Lluís i Falcó agrupa els ja clàssics conceptes de música diegètica i música incidental. Les categories de justificació òptica, respecte de la font sonora, són *real* i

³⁷⁷ Kracauer denomina aquests films, seguint la tendència de la concepció d'una imatge dominant, com a "música visualitzada" tot i que les valora de forma negativa pels efectes que comporten tant per la música com per la imatge: "aquestes orgies visuals destrueixen a la música de la qual s'alimenten" (KRACAUER: 1989, p.199 i 203).

³⁷⁸ A part del problema de la flexibilitat, és a dir, que afecti a tot el bloc o una part, abans ja anunciat. Lluís i Falcó considera que es difícil definir, en aquest cas d'una obra total, què ha estat primer, si l'ou o la gallina.

³⁷⁹ Segons Kracauer, la música en aquest tipus de films "determina la selecció i les configuracions rítmiques dels elements visuals destinats a reflectir, d'un mode o un altre, el seu esperit i significat" (KRACAUER: 1989, p.199).

irreal, corresponent respectivament a la música diegètica i a la música incidental. Així, una justificació òptica real –música diegètica– indica que es pot veure en les imatges la font que provoca o causa la música; una justificació òptica irreal –música incidental–, en canvi, indicaria que “la música prové del no-res, música presència de la qual no té cap justificació física, car no hi ha cap font sonora que la produeixi” (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.173). Cal aclarir que la justificació òptica implica un sincronisme, en el cas de ser-ne real, amb la font sonora filmada, però no pas amb les imatges, és a dir, amb el muntatge o amb el to semàntic i argumental.

El paràmetre de justificació òptica és útil, però en canvi, no aporta cap valor afegit respecte dels termes ja existents prèviament. Al mateix temps, una categorització tancada en dues vessants dicotòmiques –justificació òptica real i irreal– empobreix l’anàlisi de situacions ambigües i mixtes: ¿com ubicar una música on una guitarra i la veu estan justificades, però la resta de l’orquestra simfònica, no? Sorgeix aquí novament el problema de flexibilitat de les unitats i les categories que el mateix Lluís i Falcó considerava propi de l’audiovisual.

4.1.3. Coherència argumental

Si la justificació òptica feia més referència a un valor acusmàtic³⁸⁰ intrínsec del film, el paràmetre de la coherència argumental se centra en la qualitat de diègesi³⁸¹ o en la seva absència respecte del bloc musical, concretament i estricta, respecte de la música que el compona³⁸². Segons Lluís i Falcó, la coherència argumental “ens permet veure si la presència del bloc musical està

³⁸⁰ No veure la font sonora del so/música que percebem; és a dir, separació de la font sonora i el so, pròpiament. Tot el film es mou en paràmetres acusmàtics, però, ja que no veiem les fonts originals sinó una reproducció ‘icònica’ d’elles en el cas de la justificació òptica real. En aquest sentit, la definició del terme *real* també és enganyosa.

³⁸¹ ‘Diègesi’ es refereix a “la instància de la pel·lícula representada, la suma de la denotació de la pel·lícula, és a dir, la narració en si mateixa, més l’espai fictici, les dimensions temporals implicades a i per la narració (personatges, paisatges, successos, etc.) i fins i tot la història tal i com és rebuda i sentida per l’espectador” (BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p.58).

³⁸² Lluís i Falcó adverteix que la coherència argumental es mesura amb la música únicament, i no amb la lletra del tema musical, en el cas que hi hagués una cançó, per exemple (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.174). La coherència, doncs, novament és narrativa, però no semàntica ni discursiva.

justificada o no per l'argument; si ho està, direm que la seva presència està integrada, i si no, direm que li és aliena" (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.174).

El paràmetre es vincula decididament a l'argument, al guió, prenent com a referència bàsicament la història, la seva ubicació geogràfica i temporal, i els rols o característiques assignats als personatges. Es vincula a la diègesi entesa com "una construcció imaginària, l'espai i el temps fictici en el qual opera la pel·lícula", és a dir, "l'univers assumit en el qual té lloc la narració" (BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p.58). És per aquest motiu que, com apunta Lluís i Falcó, que el fet que "Liza Minelli a *Cabaret* (*Cabaret*, Bob Fosse, 1972) canti i balli té coherència, car la professió del personatge que intepreta", una ballarina de cabaret, "ho justifica"; en canvi, no està justificat que Gene Kelly a *Cantant sota la pluja* (*Singin' in the rain*, Gene Kelly, Stanley Donen, 1952) faci un numeret de ball i de cançó al carrer (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.174).

Precisament aquest darrer exemple posa de relleu la mancança d'aquest paràmetre. No podríem trobar res més justificat per l'argument, que porta per títol *Cantant sota la pluja*, que això, que un personatge canti i balli remullant-se sota un xàfec al carrer, independentment de la seva professió o de la història en si. Aquest exemple fa pensar que potser caldria estudiar, o bé una ampliació definitòria i conceptual d'aquest paràmetre, o bé un nou paràmetre d'anàlisi que tingui en compte el format i, fins i tot, el to general del film³⁸³. En qualsevol cas, pot resultar difícil discernir fins a quin punt l'argument justifica o no una inclusió musical, sobretot si realitzem anàlisis parcials, d'escenes, o bé productes amb un argument surrealista o experimental.

Lluís i Falcó, no obstant això, manté aquest paràmetre estrictament vinculat a una perspectiva preproductiva i, per tant, centra la seva valoració únicament en

³⁸³ Aquí entrarien també les connotacions o els intertextos en referència a altres creacions audiovisuals. ¿És coherent un número musical que vulgui evocar explícitament la cançó "Do-Re-Mi" cantada per Julie Andrews a *Somriures i llàgrimes* (*The Sound of Music*, Robert Wise, 1965)?

els rols o papers dels personatges segons el guió³⁸⁴. La clau per entendre aquest paràmetre tal i com el planteja l'autor, doncs, és observar-lo des d'una òptica merament argumental, sense referències al gènere, títol, to o estètica, per exemple, del film. Des d'aquest punt de vista, la no-justificació del ball de Gene Kelly sí que és coherent i argumentada.

4.1.4. Interacció semàntica

Amb el nom d'interacció semàntica s'entra en el camp de les funcions de la música, respecte de la imatge, centrant-se, però, en la construcció de significat, en el missatge resultant entre la música i la imatge. L'autor assumeix que el significat ja sorgeix i és atorgat pel guió, però els missatges, el visual i el musical, es poden reforçar o oposar entre si. Lluís i Falcó distingeix una interacció semàntica convergent i una de divergent³⁸⁵, és a dir, de reforç del missatge conjunt o bé de presentació de diferents missatges contradictoris (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.174-175). L'autor entén, però, que el missatge final sempre és un de sol, diguem-ne, en un sentit convergent³⁸⁶.

Lluís i Falcó proposa tres tipologies aplicables tant a la convergència com a la divergència: anímica, física i cultural. Així, per exemple, la música que coincideix amb la imatge en determinants sentiments practica una convergència anímica³⁸⁷; la música que coincideix amb determinats moviments i accions realitza una convergència física, o, una divergència si no coincideix en ambdós casos esmentats. En el cas de la variant cultural, es pot aplicar quan la música il·lustri un ambient físic o geogràfic (convergència cultural local), una època (convergència cultural cronològica) o bé peces musicals que han anat adquirint un nou significat connotatiu pel seu ús reiterat (convergència cultural conceptual)³⁸⁸.

³⁸⁴ Converses personals amb l'autor; novembre de 2009.

³⁸⁵ Chion les anomena música empàtica i música anempàtica (CHION: 1993, p.19); Kracauer les diferencia com a paral·lelisme i contrapunt (KRACAUER: 1989, p.152).

³⁸⁶ Missatge final o percepció i interpretació de l'espectador.

³⁸⁷ L'autor empra com a sinònim, i sense prèvia introducció i explicació, els conceptes de *paral·lelisme anímic*, *paral·lelisme físic* i *paral·lelisme cultural*.

³⁸⁸ LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.176.

En parlar d'interacció semàntica queda clar que l'autor centra el paràmetre en la combinació de música i imatge per recrear un nou significat conjunt. És un pla, llavors, com el seu nom indica, semàntic. El dubte, doncs, és com ubicar una interacció semàntica convergent o divergent física, ja que la categoria de física sembla que pugui estar més relacionada amb el ritme de muntatge o amb la sincronització del moviment de la imatge (moviment intern) i moviment de la música, que no pas amb un pla significatiu en el sentit de creació de significat. L'autor, però, cal aclarir-ho, es refereix a una expressió musical de conceptes o paràmetres físics³⁸⁹, més que no pas a una sincronització de moviments; es tractaria de mostrar amb l'expressió i connotació musical certes qualitats físiques. La relació, però, és complexa i pot generar confusió, potser perquè el terme *física* ens fa pensar en moviment.

També seria interessant incloure alguna variant identificativa que pogués mostrar cap a on es decanta la força semàntica del missatge, és a dir, quin dels dos llenguatges, la música o la imatge, aporta més determinació en la interpretació final del missatge. És evident que en la majoria dels casos d'anàlisi aquest matís serà molt ambigu, confús i difícil de determinar. Però, precisament, seria una aportació interessant per a aquells casos en què sí que es veu amb claredat el paper i l'aportació semàntica de cada part³⁹⁰.

4.1.5. Ubicació dins la narració

Aquest paràmetre pretén relacionar el bloc musical amb la línia argumental de la pel·lícula. Lluís i Falcó proposa diferents formes que integren el bloc

³⁸⁹ L'exemple que posa l'autor i que il·lustra aquest posicionament és el de la música de John Williams per al començament d'*Indiana Jones: A la recerca de l'arca perduda* (*Indiana Jones: Raiders of the Lost Ark*, Steven Spielberg, 1981). Quan l'arqueòleg i un guia indígena entren a la cova-temple, s'enganxen taràntules a l'esquena. La música, llavors, "utilitza una convergència física en il·lustrar la fragilitat, alhora que l'agilitat, de les taràntules que Indiana Jones i el seu guia tenen a l'esquena amb un *pizzicato* de la corda" (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.184).

³⁹⁰ Per exemple, dos ximpanzés es troben a la selva. De sobte, sentim la Marxa de Lohengrin de Wagner, emprada sovint com a marxa nupcial (tot i que més aviat, en l'argument original, té connotacions de separació o divorci). Aquesta música ens obliga a refer o reinterpretar –dins del marc de la nostra comunitat musical, com diu Serafine– el significat de l'escena i de tot el que succeirà després.

musical en la narració, com poden ser, el *leitmotiv*, l'el·lipsi, la irrupció i la interrupció musicals, el número musical, la seqüència de muntatge i el *mickeymousing* (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.176 i 178). L'autor explica tan sols el *leitmotiv* perquè considera que és la tècnica que més erròniament s'empra: el *leitmotiv* ha de ser exclusiu d'un personatge o situació i ha de tenir un ús reiterat³⁹¹.

Tanmateix les tipologies proposades també responen a diferents relacions, no únicament narratives. El *leitmotiv* i l'el·lipsi –supressió en el temps o espai fílmic amb l'acompanyament d'una música³⁹²–, potser, són les tècniques més clarament relacionades amb la narració. Tot i així, el *leitmotiv* té un clar component semàntic i l'el·lipsi es pot vincular amb una tècnica sintàctica, de puntuació o transició del film. Però la irrupció i la interrupció musical, així com el *mickeymousing*, poden tenir diferents finalitats, narratives, però també estètiques o semàntiques³⁹³.

Quant a la irrupció musical, Lluís i Falcó considera que pot ser perllongada o acotada. En canvi, respecte de la interrupció musical, l'autor classifica les subtipologies com a conclusiva o suspensiva. Aquests tipus no queden molt clars ja que no hi ha irrupció sense interrupció i viceversa, a menys que, com en el cas dels espots electorals, el producte audiovisual sigui tan breu com per poder emprar únicament un bloc musical. Potser aquests podrien ser paràmetres de la forma del bloc musical, més que de la interacció del bloc amb la imatge, ja que escoltant un enregistrament de música sense les seves imatges també podríem distingir aquests inicis o finals. Tot i la manca d'explicació, els noms sembla que defineixin més una cadència musical que no pas una relació o funció audiovisual.

³⁹¹ *Leitmotiv* “és un motiu o un tema breu que s'identifica amb un personatge o amb una situació concrets de l'obra a la qual apareix, de manera que cada cop que apareix o s'al·ludeix a aquest personatge o situació, sona el 'seu' *leitmotiv*. Aquest pot presentar-se amb diferents variacions de timbre, ritme, intensitat, etc., però queda clar que una mateixa línia melòdica no serveix per a diferents personatges o diferents situacions” (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.177).

³⁹² Potser l'exemple més famós és el del salt temporal des de la prehistòria al futur, des de l'os que giravolta a l'aire a la nau espacial que navega girant, realitzat per Kubrick a 2001: Una odissea a l'espai (2001: A Space Odyssey, Stanley Kubrick, 1968).

³⁹³ Arribem a la conclusió que potser el conjunt de tipologies és correcte però cal buscar-hi un altre nom del paràmetre que les agrupa i que no faci referència únicament a la narració.

En realitat, l'autor, amb els termes *irrupció* i *interrupció*³⁹⁴ es vol referir als cops musicals o efectes musicals, a vegades sobreposats, que destaquen o volen remarcar algun element narratiu important. Lluís i Falcó posa com a exemple, en el film d'*Indiana Jones: A la recerca de l'arca perduda*, l'expressió musical que realitza John Williams quan, a la introducció, passejant per la selva sud-americana, els exploradors es topen amb un tòtem en apartar les plantes; o, com un altre exemple a la mateixa seqüència, quan Indiana Jones futeja un guia que el volia apuntar amb una pistola. Segons l'autor, aquests recursos són els més habituals (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.185).

4.1.6. Ubicació al muntatge

És el paràmetre que relaciona l'acotament físic i la ubicació del bloc musical dins del muntatge, com el seu nom indica (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.179).

L'autor distingeix cinc tipus de blocs:

“El genèric (d'entrada, de sortida o d'enllaç), que correspondria als títols de crèdit; bloc-seqüència (total o parcial), que coincidiria amb el desenvolupament d'una seqüència (o part d'aquesta); bloc de transició, utilitat de pas d'una seqüència a una altra; bloc-pla, generalment temàtic i breu; i el bloc continu, que podem trobar de manera singular en pel·lícules dels anys trenta (com a llast encara de l'acompanyament musical ininterromput de l'època silent), o en el cinema d'animació”

LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.179

El paràmetre d'ubicació al muntatge relaciona el bloc musical amb els blocs de muntatge o amb el conjunt del producte audiovisual. És útil en produccions de llarga durada, però potser és més irrellevant en el cas dels spots electorals on el producte és quasi un bloc unitari.

³⁹⁴ La interrupció representa un tall brusc de la música existent i produeix un resultat proper a l'*efecte-silenci*, segons els paràmetres acústics vinculats. La irrupció, en canvi, és un cop breu i sobtat de so que pretén emfatitzar un instant audiovisual. Ambdós, per la seva natura i durada, no es consideren blocs.

4.1.7. Pla auditiu

El Pla auditiu és la rellevància perceptiva, o el nivell, en què es troba ubicat el bloc musical respecte d'altres elements sonors de la Banda Sonora, com els sorolls, els efectes especials o els diàlegs (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.180).

Taula 4.1. Paràmetres de l'anàlisi de la banda sonora

Paràmetre	Tipus	Subtipus	Categories
Funció articuladora	<i>Protagònica</i>		
	Secundària		
Justificació òptica	Real	Dintre de camp (ON)	
		Fora de camp (OFF)	
	Irreal		
	Formes de pas	Real a irreal	
		Irreal a real	
	Identificació (presència ambigua)		
Coherència argumental	Integrada		
	Aliena		
Interacció semàntica	Convergència	Anímica	
		Física	
		Cultural	Local Cronològic Conceptual
	Divergència	Anímica	
		Física	
		Cultural	Local Cronològic Conceptual
Ubicació al muntatge	Bloc genèric	D'entrada	
		De sortida	
		D'enllaç	
	Bloc seqüència	Total	
		Parcial	
	Bloc de transició		
	Bloc-pla		
Bloc continu			
Ubicació a la narració (Forma narrativa)	Tema circumstancial		
	<i>Leitmotiv</i>		
	El-lipsi		
	Irrupció musical	Perllongada	
		Acotada	
	Interrupció musical	Conclusiva	
		Suspensiva	
	Seqüència de muntatge		
	Número musical		
<i>Mickeymousing</i>			
Pla auditiu	Primer pla		
	Pla secundari		
	Pla de figuració (música de fons)		

Lluís i Falcó distingeix el primer pla, la ubicació en un pla secundari, o la ubicació en un pla figuratiu (teló sonor o música de fons).

La dificultat d'aquest paràmetre és, atesa la fluctuació sonora d'intensitat dins d'un mateix bloc, poder definir en conjunt un bloc musical. Aquest paràmetre, doncs, sembla que està destinat a ser constantment variant o bé a definir-se per temes o subtemes dins dels blocs musicals emprats per Lluís i Falcó, concordant amb la mateixa definició de l'audiovisual que fa l'autor, caracteritzant-lo com a matèria fluctuant i variable. El mateix autor reconeix la dificultat de la definició d'aquest paràmetre (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p.185).

En resum, l'anàlisi que planteja Josep Lluís i Falcó es basa en una divisió per blocs musicals de la Banda Sonora Musical (BSM) on s'apliquen diferents paràmetres com la funció articuladora, la justificació òptica, la coherència argumental, la interacció semàntica, la ubicació al muntatge, la ubicació a la narració i el pla auditiu. Aquests paràmetres permeten obtenir una visió global de la relació i la interacció de la música de cinema amb les imatges i el conjunt del producte audiovisual.

4.2. La classificació analítica de les funcions de la música

Teresa Fraile, en la seva tesina de doctorat, realitza un estudi sobre els posicionaments estètics respecte del paper i la funció de la música envers la imatge al llarg de la història del cinema.

L'autora, després d'un repàs d'autors pioners com Sergei Eisenstein fins als més contemporanis com Christian Metz, Noël Burch o Gilles Deleuze realitza una síntesi de les tendències teòriques en les relacions entre música i imatge. Aquesta compilació ens és molt útil a l'hora de valorar i classificar les funcions de la música en els spots electorals.

4.2.1. Actituds bàsiques de la música respecte del cinema

Fraile distingeix tres actituds bàsiques de la música respecte del cinema: paral·lelisme, autonomia i participació artística o participació dramàtica. La música autònoma, al seu torn, es pot diferenciar entre contrapunt i contrast. La classificació es realitza respecte de la correspondència entre música i imatge des d'una perspectiva extradiegètica (FRAILE: 2004, p.183).

4.2.1.1. Paral·lelisme

La música segueix el desenvolupament de l'acció i recolza la narració de la pel·lícula, explica Fraile. Té diferents graus, des del paral·lelisme plenament sincrònic fins evocacions més lliures. És una música fluïda, redundant i descriptiva (FRAILE: 2004, p.185-186). El paral·lelisme promulga les característiques d'inaudibilitat –que la música passi desapercibuda per l'espectador– i romanticisme –vincular la música amb un passat nostàlgic i atorgar-li una funció utòpica (FRAILE: 2004, p.187-190).

4.2.1.2. Autonomia

La música deixa de ser un element d'acompanyament i té entitat per si mateixa. L'autonomia també es pot establir en diferents graus, des de la *música autònoma*, plenament desvinculada de la imatge, a posicions més cooperatives. Les teories europees tenen més tendència a adoptar aquesta tipologia de relació, segons comenta Fraile (FRAILE: 2004, p.193).

El contrapunt, abundant en el cinema rus i alemany, crea un metatext cridant l'atenció sobre la música mateixa, com a element significatiu. No se cenyeix a la imatge i no vol representar la realitat, sinó transformar-la³⁹⁵.

Fraile proposa emprar el terme *contrapunt* quan es contraposen elements diferents (música i imatge) i amb una voluntat de relació complementària. Contrast, en canvi, implicaria “una relació de sentit” que pretén “una oposició de significat entre música i imatge” (FRAILE: 2004, p.203). Per altra banda, la

³⁹⁵ El significat final l'aportaria allò cinematogràfic i no tant sols l'element musical (FRAILE: 2004, p.193).

música entesa com autònoma té més tendència a adoptar els estils de les noves músiques.

4.2.1.3. Participació artística i participació dramàtica

Aquesta tendència relacional entén la música com a part del contingut de l'obra. Com explica Fraile, “si en el paral·lelisme la música transportava el mateix contingut que la narració i en l'autonomia la música es deslligava d'alguna manera de l'esmentat contingut, en la participació artística el contingut es troba a la mateixa música (o almenys parcialment)”³⁹⁶.

El predomini de la música no ha assolit un caràcter comercial i, alhora, corre el risc de generar una imatge merament imitativa i té la dificultat que la música no pot expressar per si mateixa elements concrets³⁹⁷.

Segons Fraile, entendríem que la música estableix una relació de participació dramàtica quan aquesta “és portadora de continguts concrets que no es troben en la resta d'elements constitutius de la pel·lícula” (FRAILE: 2004, p.207). Té una integració activa en el film i una voluntat significativa, tot i que també es pot trobar aquesta tendència en una relació de paral·lelisme.

4.2.2. Funcions de la música en el cinema

Entenent que la música “existeix per si mateixa i no necessita un pretext”, Fraile defineix el terme *funció* com “ús, aportació o associació”, però fugint de l'emmarcament en una teoria funcionalista. Alhora, l'autora reconeix un paper rellevant del context on s'ubica la música: “la música d'una pel·lícula no és estructural o expressiva per si mateixa, sinó que pot ser-ho”, diu Fraile. És per aquest motiu que entenem la música com a *polifuncional* (FRAILE: 2004, p.218-219).

³⁹⁶ FRAILE: 2004, p.205.

³⁹⁷ Tot i així, hi ha el gènere del videoclip i, parcialment, dels dibuixos animats on la música té una hegemonia sobre la imatge (FRAILE: 2004, p.205).

Fraile classifica les funcions de la música al cinema en quatre grans grups:

- Funcions expressives: ús de la música que es refereix a l'emotivitat, al sentiment, a la transmissió de sensacions i com a potenciadora de la recepció. La més subjectiva.
- Funcions estètiques: contribueix a crear l'atmosfera fílmica; afegix un element ineludible a l'estil i el to general. Se situa al mateix nivell que els decorats, el vestuari o la fotografia.
- Funcions estructurals: dóna recolzament a la forma de la narració i a l'organització estructural de la pel·lícula. Es relaciona amb el temps fílmic, el ritme i l'equilibri del conjunt.
- Funcions significatives o narratives: és allò que aporta la música al contingut de la història; dóna informació sobre la pròpia diègesis (narració)³⁹⁸.

Dins de cada bloc de funcions, segons Fraile, es distingeixen diferents funcions específiques. Així, la classificació complerta quedaria com s'exposa en els subapartats següents.

4.2.2.1. Funcions Expressives

Les funcions específiques de les funcions expressives serien:

- Nexe amb l'espectador: unificar els espectadors en un sol públic, emmascarar els defectes tècnics del mut, atreure l'atenció.
- Marc: captar l'atenció i crear una atmosfera que endinsi el públic a la narració. Efecte d'aïllament.
- Realisme: com a lligam d'unió entre el món tangible i els móns recreats del cinema, la música aporta realisme a la irrealitat; introdueix l'element subjectiu.

³⁹⁸ Classificació presentada a FRAILE: 2004, p.223-225.

- To emotiu: expressió del to emotiu general d'una escena o d'una pel·lícula. Aquesta expressió pot ser compartida amb altres elements fílmics.
- Subratllat dramàtic o expressiu: intensificació de sentiments; la música recolza un sentit ja explícit en altres elements de la seqüència.
- Identificació amb personatge: subratllat dramàtic referent a un personatge; promou l'*empatia* de l'espectador amb el personatge³⁹⁹.

4.2.2.2. Funcions estètiques

Les funcions estètiques contenen o aporten les següents funcionalitats específiques:

- Filtre: to, atmosfera o clima a través dels quals apareixeran tots els aspectes del film. Contribueix a la tendència artística que caracteritza la part formal del film.
- Ambientació: amb codis d'associació, la informació d'ambientació ens situa en altres èpoques, espais o en el gènere del film. No és ni subjectiva i emotiva.
- Gènere: els gèneres s'associen a estils musicals i les característiques externes específiques de la música (tímbria, orquestració, tonalitats...). Arquetips musicals.
- Temps-espai: situa l'acció en un temps i un espai determinats⁴⁰⁰.

4.2.2.3. Funcions estructurals

Les subdivisions funcionals que hi podem trobar dins de la categoria de funcions estructurals són les següents:

- Unitat: ajuda a percebre la pel·lícula en un temps unitari amb començament, desenvolupament temporal i fi. Connecta escenes amb altres. El *leitmotiv* seria un exemple.
- Continuïtat: proporciona fluïdesa i moviment, fent avançar les imatges.

³⁹⁹ FRAILE: 2004, p. 225-229.

⁴⁰⁰ No queda molt clara la diferència entre la distinció funcional entre els components d'aquest bloc, sobretot entre *ambientació* i *temps-espai* que remetent a una mateixa funció de situació intercultural de l'espectador. La classificació està extreta de FRAILE: 2004, p. 230-234.

- Equilibri estructural: contraresta les parts amb mancances i recolza les més plenes dramàticament. Omple els buits expressius aportant equilibri i uniformitat.
- Rítmica: aportar ritme a la imatge, creant el tercer ritme que percep l'espectador, fruit del ritme musical i el visual. Accentuació i contrast. La música marca el ritme visual, crea anticipació, acceleració o retard, i la variació de ritme d'una seqüència completa.
- El·lipsi estructural: substitució d'un element. També és narratiu però afecta a l'estructura.
- Presència acústica: no atenem la música en un primer pla de percepció. Actua com a neutralitzador. Fons sonor⁴⁰¹.

4.2.2.4. Funcions significatives o narratives⁴⁰²

Dins del grup de funcions significatives o narratives, hi trobaríem les següents funcions específiques:

- Punt de vista: la música indica el sentit d'interpretació de les imatges; ajuda a escollir els significats addicionals que l'espectador superposa a l'imatge. El punt de vista intensifica els significats de la narració, situa objectivament a l'espectador i revela el veritable significat de la imatge.
- El·lipsi narrativa: la música pot fer referència a sentiments no expressats amb paraules, accions, fets, moments, i narracions. Pot actuar com a element mnemotècnic. El *leitmotiv* és un dels mecanismes més emprats.
- El·lipsi significativa o sublimació: ocupa el lloc d'un soroll o un crit transportant-se al pla simbòlic. Molt habitual al cinema mut.
- Descripció d'un personatge: desemmascara la interioritat dels protagonistes. Aporta dades respecte la personalitat o bé l'estat d'ànim del personatge.

⁴⁰¹ FRAILE: 2004, p.235-241.

⁴⁰² FRAILE: 2004, p. 242-246.

Taula 4.2. Resum de les funcions de la música al cinema segons Fraile

Tipus	Funcions Expressives	Funcions Estètiques	Funcions Estructurals	Funcions Narratives	
Àmbit	Recepció	Estil	Estructura	Narració, guió	
Conceptes	EXPRESSIVITAT	ESTÈTICA	FORMA	CONTINGUT	
Subfuncions	Recepció: Nexe amb l'espectador Marc Realisme	Filtre	Unitat: Enllaç De conjunt	Punt de vista: Intensificador de significats de la narració. Situat objectivament a l'espectador. Revelar el veritable significat	
		Ambientació: Gènere Temps-espai			Continuïtat
	Sentiment: To emotiu general Subratllat dramàtic o Identificació amb un		Equilibri estructural		El·lipsi narrativa o metafòrica
			Rítmica: Marcant el ritme Anticipant Accelerant o retardant Variant el ritme		El·lipsi significativa o sublimació Descripció d'un personatge
	El·lipsi				
	Presència				

A mode de síntesi, Fraile enumera tres tendències bàsiques per definir la relació estètica entre la música i el cinema, les quals serien paral·lelisme, autonomia i participació artística o participació dramàtica. Per altra banda, l'autora distingeix quatre grans grups de funcions de la música en el cinema: les funcions expressives, relacionades amb l'emotivitat; les funcions estètiques,

vinculades a la creació d'atmosferes i tons; les funcions estructurals, que intervenen en l'organització estructural del film, i, finalment, les funcions significatives o narratives, que es refereixen al que la música aporta com a contingut.

La classificació proposada per Fraile és completa, sintètica i entenedora. És, per tant, una eina útil per tal d'afrontar la classificació de les músiques que podem trobar en els espots electorals.

4.3. El protocol universal per a la identificació i l'anàlisi del silenci audiovisual

El protocol és una eina i, com a tal, pretén ser el màxim de senzilla i eficaç. El protocol per a la identificació i l'anàlisi del silenci audiovisual sorgeix a partir de les tipologies, teories i funcions detectades al voltant del silenci⁴⁰³. El protocol suggereix un model d'identificació del silenci audiovisual que ens serveix per analitzar-ne les aportacions.

El protocol proposat incideix en una primera fase –primera pàgina– en un reconeixement morfològic sobre la constitució i situació audiovisual del silenci, tenint en compte que no tindria cap particularitat sense el seu context significatiu més immediat. Aquesta primera fase està pensada per realitzar-la simultàniament al visionat de l'audiovisual o, com a molt, emprant no més d'una rebobinada del moment en què apareix el silenci.

Se cerca, per tant, un disseny que ja mostri les possibilitats i variants que podem trobar i que faciliti el fet de prendre notes sobre el fenomen.

La segona fase –segona pàgina del protocol– se centra més pròpiament en la funcionalitat i l'anàlisi semiòtica del silenci. És una tasca que, pel seu contrast i comparació, s'ha de realitzar fora del visionat, a posteriori.

⁴⁰³ TORRAS: 2007, p.161-186. Les tipologies bàsiques de silenci són l'*efecte-silenci*, el *flux fortuït*, el *silenci breu* i el *silenci presignificatiu* (TORRAS: 2007, p.168).

Gràfic 4.1. Full de Protocol. Pàgina 1. Fase 1

Projecte:							
Seqüència:						TC in:	
Escena:						TC out:	
Antecedent		Entitat				Conseqüent	
Temps (s)							
Codi	Transició	f.f.	e.s.	s.b.	p.s.	Transició	Ef ecte
Imatge							Imatge
Realista							Realista
Fantasiosa							Fantasiosa
Abstracta							Abstracta
Llenguatge escrit							Ll. escrit
Llenguatge oral							Ll. oral
Monòleg							Monòleg
Conversa							Conversa
Apel·lació							Apel·lació
Murmuri							Murmuri
Música							Música
Estil:							Estil:
Tempo:							Tempo:
Intensitat:							Intensitat:
Sorolls							Sorolls
Efectes especials							Ef. Esp.

El protocol identifica tres estadis d'evolució del silenci: l'*antecedent*, l'*entitat* i el *conseqüent*. L'*antecedent* representa tot el discurs que precedeix el silenci; l'*entitat* és el nom analític adoptat pel silenci en si mateix, ja que comptem que hi poden haver *efectes-silenci*, pauses i altres variants; el *conseqüent* és el discurs audiovisual que segueix al silenci.

Cal entendre que proposem una concepció multicodi a cadascuna de les tres fases; és a dir, a cada etapa hi poden haver diferents codis visuals o acústics en el discurs. Fins i tot l'estadi *entitat* disposa d'un multicodi ja que generalment roman la imatge, encara que també podria restar permanent una part de la banda sonora.

El protocol adopta aquesta forma seqüencial o lineal perquè respon a la natura del silenci (TORRAS: 2007, p.88-95). Per aquesta mateixa raó, aprofundida en l'apartat que tracta del silenci i la comunicació, també s'atorga més rellevància a l'*antecedent* que serà qui marcarà en major mesura el significat del silenci.

Finalment, cal destacar també la importància expressiva i semiòtica de l'articulació del silenci, és a dir, la transició des de l'espai sonor al silenciós. En part, ja estarà determinada pel tipus de silenci, tot i això, en el protocol es deixa un espai per a la seva captació i plasmació.

Els quatre quadres que apareixen just sota les caselles acolorides d'*entitat* es refereixen a les tipologies bàsiques de silenci: f.f. (*flux fortuït*)⁴⁰⁴, e.s. (*efecte-silenci*), s.b. (*silenci breu*)⁴⁰⁵, p.s. (*presignificatiu*). L'investigador ha d'indicar la tipologia marcant la casella amb una creu. Les caselles grises, sota de cada nom de bloc, serveixen per indicar-hi el temps –s'entén que aproximat– que

⁴⁰⁴ En els primers treballs sobre el silenci aquesta tipologia rebia el nom de *flow casual*, recollint directament la denominació de Chion, encara que no fos exactament pel mateix concepte. Amb la revisió de nous treballs hem adoptat una nova terminologia que també reflecteix l'atzar i les característiques de mínima expressió i dispersió del so: *flux fortuït*.

⁴⁰⁵ Aquesta tipologia també ha canviat de denominació. Si abans l'anomenaven *un silenci*, ara, entenent que la principal diferència amb l'*efecte-silenci* és la seva durada, proposem dir-li *silenci breu*.

dura cada estadi. Normalment no excedirà d'un minut, per tant, podem indicar només la xifra 23, per exemple, on s'entén que són 23 segons de durada.

La imatge la classifiquem en realista –al marge de la diègesi–, és a dir, que mostra paisatges i escenes possibles, naturalistes; fantasiosa, si són dibuixos animats o espais inventats, això és, ciència ficció; i abstracta, no figurativa, és a dir, sense referència a objectes del món real.

Gràfic 4.2. Escala d'intensitat i tempo

Intensitat	<i>Tempo</i>	Valor
Molt forta	Molt ràpid	5
Forta	Ràpid	4
Mitjana	Moderat	3
Fluixa	Lent	2
Molt fluixa	Molt lent	1
So imperceptible	Estàtic	0

En el tempo de la música emprarem paràmetres estàndards per indicar: molt ràpid, ràpid, moderat, lent, molt lent. En la intensitat, també simplificant les possibilitats, posarem: molt forta, forta, mitjana, fluixa, molt fluixa. Ambdues escales de valors se simplifiquen amb la numeració del 5 a l'1, de molt a molt poc. El valor zero només s'emprarà en la columna *efecte* del conseqüent, com veurem tot seguit.

A la columna antecedent subratllarem només els codis presents. Aquells que no estiguin subratllats –per agilitzar la captació de dades–, entendrem que no hi són presents. Així, en la columna conseqüent només anotarem les variacions respecte de l'antecedent, no respecte del silenci audiovisual, ja que s'entén que sí que hi haurà modificacions. Com que només escrivim els canvis en el

conseqüent, tot allò que no marquem s'entén que segueix igual que a l'antecedent. Si apareix algun codi nou, el subratllem. Si desapareix algun codi que estava present, al requadre 'transició' marquem el valor 0 o bé un zero ratllat en diagonal.

La columna 'transició', tant d'entrada com de sortida del silenci, indica com ha sorgit el silenci. Si és un *efecte-silenci*, amb una caiguda sobtada i un contrast, dibuixarem una línia vertical, d'esquerra a dreta, molt inclinada (sempre, les línies aniran d'esquerra a dreta, seguint el sentit lineal de la nostra percepció). Si és una transició amb una fosa o *fade out*, la inclinació serà menys marcada. Hi pot haver un silenci parcial, és a dir, que unes parts baixin sobtadament (per exemple, música i sorolls) i que altres es mantinguin o no baixin tant (llenguatge oral, per exemple). Aquesta situació es veurà reflectida en el protocol. En la columna 'transició' del conseqüent seguirem el mateix procediment, però amb la diferència que les línies seran, majoritàriament, creixents d'esquerra a dreta.

D'altra banda, en el camp central de l'entitat, seguint la fila de cada codi, només indicarem els sons. Per tant, si la música segueix durant el silenci, molt de fons, indicarem gràficament, amb una línia horitzontal molt a prop del límit inferior de la casella, aquesta situació. Com més allunyada estigui la línia del límit inferior de la casella entendrem que aquell codi té més volum. Aquest paràmetre, és clar, només cal aplicar-lo als codis existents i que continuen o bé que apareixen en el silenci. També és pot utilitzar, si el valor és constant al llarg del silenci, l'escala del 5 a l'1 abans mostrada, entenent el 5 com a màxim i l'1 com a mínim.

Si hi ha, com en el cas del *flux fortuït*, diferents aparicions de so sense gaire durada –com a pics de so– i sense que en despunti cap, a més d'indicar la tipologia pertinent en els requadres creats amb aquesta finalitat, també es pot mostrar gràficament amb una línia que insinuï aquesta característica.

Gràfic 4.3.. Full de Protocol. Pàgina 2. Fase 2

Pàgina 2			
Projecte:			
Seqüència:			Tipus:
Escena:			a e c
Anàlisi	Antecedent	Entitat	Conseqüent
Acció (què passa)			
Narració (com passa)			
Expressió (com s'expressa)			
Codificació (codis que intervenen)			

La segona fase realitzarà una anàlisi de l'aportació significativa del silenci, la seva simbologia i connotació. Per això, el procediment deixa de ser estandarditzat. Per una banda, la tasca ja no requereix l'agilitat de la simultaneïtat i, per una altra, hi ha infinitud de combinacions entre els diferents codis en el marc d'un producte audiovisual. El protocol, per tant, només marcarà el procediment, però no el contingut que l'investigador haurà de completar de forma activa.

En l'espai 'tipus', indiquem la tipologia del silenci, abans ja perfilada a la primera pàgina. A sota mateix, en els requadres amb les lletres 'a', 'e' i 'c', mostrem el temps en segons que dura cada estadi (antecedent, entitat i conseqüent).

En aquest segon full de protocol, bàsicament, s'ha d'explicar què passa, com passa, com s'expressa allò que passa i l'aportació de cada codi en els requadres pertinents, és a dir, a l'antecedent, l'entitat i el conseqüent. Si hi ha més d'una imatge o codi visual que canvia en el moment que es produeix el silenci, s'ha d'aportar més detalls sense arribar a ser una narració exhaustiva dels fets. Al costat de cada codi, entre parèntesi, es pot indicar un qualificatiu que resumeixi l'aportació i dinàmica de l'element; per exemple, 'música (alegria)', o 'soroll (bomba, xoc)'.

La definició d'aquesta aportació és sempre arbitrària, bàsicament cultural, i en un cert grau subjectiva. Tanmateix, el model és vàlid per a qualsevol cultura, és per tant, universal, i tant sols hi variaran les apreciacions, és a dir, els resultats. Cada anàlisi, queda clar, ha de ser realitzada amb la consciència de pertànyer a un marc sociocultural específic.

En la casella d'entitat hem d'anotar què creiem que aporta el silenci. Tot i així, el silenci compartirà l'espai amb els altres codis, ja que l'explicació és per a l'escena global, no només per a aquella expressió. El conseqüent, amb els mateixos paràmetres, ens explicarà com continua l'acció.

Al final de la pàgina 2 hi haurà una taula-resum de la valoració del silenci audiovisual on s'especificarà, a criteri de l'investigador però atenent les dades recollides: tipologia, funció o funcions, i aportació significativa o emotiva.

L'ambigüitat és un valor del silenci. Per això, deixem dos quadres per a cada paràmetre on l'investigador podrà combinar dues opcions. Hi ha aspectes, com la funcionalitat, que poden ser perfectament compartits. Alhora, la casella 1 sempre indicarà més seguretat o més precisió d'aquell valor.

Un dels defectes que hem trobat en el protocol que proposem és que no facilita la constatació d'aquelles imatges o codis visuals que canvien durant el silenci (estadi 'entitat'). Si disposem d'una seqüència on, en un llarg silenci, el muntatge és accelerat i sorgeixen diferents expressions visuals, el model de

protocol no permet plasmar-les directament. L'anàlisi del silenci audiovisual esdevé llavors més aviat estàtica i centrada en la unitat i tipologia del silenci. Per a la recerca que duem a terme, ara per ara, aquest model d'anàlisi ja ens és funcional i pràctic a l'espera de poder millorar aquest protocol en futures investigacions.

Gràfic 4.4. Taula-resum de la valoració del silenci. Pàgina 2. Fase 2

	1	2
Tipologia		
Duració		
Transicions		
Funcionalitat		
Significat		
Emoció associada		

L'adaptació que necessita el protocol per al format dels espots electorals és mínima ja que, tal i com està formulat, l'eina ja pot copsar els silencis audiovisuals d'aquest tipus de producte. Per la brevetat dels espots, sembla que el silenci audiovisual hagi de ser escàs i amb una funció estructural o sintàctica predominant (TORRAS: 2009, p.1050). En aquest sentit, seria útil poder situar o emplaçar la ubicació del silenci audiovisual respecte del conjunt del producte, per observar en quin moment i amb quina finalitat apareix aquest recurs. Aquesta, però, pot ser una de les funcions del disseny d'un protocol global que agrupi els diferents aspectes que s'han vist en aquest capítol.

En resum, l'anàlisi del silenci es basa en tres estadis, *antecedent*, *entitat* i *conseqüent* i amb les tipologies bàsiques com a referència immediata (*flux fortuït*, *efecte-silenci*, *silenci breu* i *silenci presignificatiu*). Alhora, el protocol d'anàlisi del silenci ha de permetre relacionar el silenci audiovisual amb els diferents codis del producte (anàlisi multicodi) i ha de facilitar incloure-hi la transició. En una segona fase, es pot detallar més la significació i la relació del silenci audiovisual amb el contingut narratiu i semàntic de la producció. El protocol proposat permet prendre notes i observacions en línia, és a dir, simultàniament a la visualització del producte i del silenci audiovisual. Per aquest motiu, presenta uns valors molt estandarditzats i genèrics. El protocol, en la seva segona fase, també reflecteix l'ambigüitat del silenci, permetent fins a dues interpretacions de la seva aportació funcional i semàntica.

4.4. Protocol conjunt d'anàlisi dels espots electorals

En aquest apartat realitzem una selecció i una compilació raonada dels elements que ha aportat cada mètode abans comentat. La síntesi i unificació dels diferents paràmetres (d'anàlisi de la música, de les funcions de la música, d'anàlisi del silenci) ha de confluïr en un protocol que ens permeti encarar l'observació, l'extracció de dades i l'anàlisi dels espots electorals que conformen el corpus de la nostra investigació.

El protocol conjunt ha d'incloure referències i eines per acostar-nos als tipus de relacions que es volen investigar (tipologies, funcions, estètica). Al mateix temps, ha de diferenciar els camps expressius de l'audiovisual, és a dir, la imatge, la música i el silenci, però també, la veu, els sorolls i els textos, aquests darrers molt importants en un instrument de propaganda i difusió política com són els espots.

El protocol, atenent la breu durada dels espots i la seva concepció unitària, han de preveure un mecanisme que faciliti la ubicació de cada element d'expressió al llarg del producte audiovisual, plasmant i reconeixent ràpidament quina estructura desenvolupa l'espot pel que fa a la distribució de codis. Aquesta

identificació accelerada facilitarà la ràpida selecció dels espots segons les seves característiques sintàctiques, com a pas previ, per a una anàlisi més detallada i profunda.

Així, es poden diferenciar ja dues fases analítiques, components de la recerca empírica: *a)* la primera, una identificació estructural i de tipologia de codis genèrica i veloç; *b)* la segona, una anàlisi més aprofundida, amb recerca documental, transcripció i estudi semiòtic de la interrelació dels codis. Per tant, per poder dur a terme aquesta segona fase, molt més costosa en temps, és necessari un protocol que seleccioni correctament el gruix d'espots que visionem.

4.4.1. Adaptació del mètode de Lluís i Falcó

Un dels principals problemes que presenta el mètode analític de Josep Lluís Falcó és que està concebut des de la composició i reproducció. La centralitat dels blocs musicals en la seva estratègia analítica dificulta detallar aspectes musicals concrets o dinàmiques musicals breus, amb una incidència o relació respecte de la imatge o d'altres codis.

Tanmateix, atès que els temes musicals emprats en els espots són breus i ben definits, aquesta mancança, que seria greu en una anàlisi de productes més variats i rics creativament, resulta quasi imperceptible i irrellevant per a la nostra recerca. Cal, però, tenir-la en compte.

Un altre problema analític és que el mètode se centra en la relació entre música i imatge i deixa de banda (excepte, potser, en el paràmetre pla auditiu) els altres codis acústics i gràfics de l'audiovisual. En el nostre cas, ho resollem afegint un quadre on s'interrelacionen els diferents codis i on es veu gràficament la seva simultaneïtat i distribució al llarg del producte audiovisual. Caldrà afegir-hi, no obstant això, uns comentaris per a més detall analític.

D'entrada, adoptem tots els paràmetres analítics de Lluís i Falcó. La funció articuladora, per exemple, és molt útil per detectar quin codi monopolitza l'estructura de l'espot, aspecte rellevant per a la nostra investigació. La justificació òptica és un paràmetre més irrellevant, encara que l'incloem, perquè atès el caràcter informatiu/difusor dels espots sembla habitual comptar amb música de justificació òptica irreal, és a dir, incidental. L'anàlisi vindrà doncs quan trobem un cas amb música justificada visualment.

Igualment, la coherència argumental és difícil de detallar ja que l'argument, pròpiament és el missatge polític o l'estratègia per vendre'l. Es pot detectar la història que introdueix el concepte polític i veure si la música està o no justificada, tot i així, sembla que, a priori, el valor que hagi de predominar és el de la coherència argumental aliena. En canvi, una coherència amb el format sí que seria positiva, per exemple.

La interacció semàntica serà també un valor clau per entendre la relació entre música i imatge. A part de la classificació de Lluís i Falcó (anímica, física i cultural), aquí ens interessa mostrar la jerarquia o el domini quant a la contribució al to i al significat de l'espot. És aquest un exercici plenament valoratiu i subjectiu, emmarcat culturalment, però que pot aportar-nos una idea de la tendència en l'ús i el paper de la música com a agent que comporti un significat, o no.

El paràmetre d'ubicació a la narració també ens facilitarà informació sobre el tipus d'integració estructural entre música i espot. Aquest valor pot ser útil per a la classificació de les tipologies de música i l'ús que se'n fa. La ubicació al muntatge, també, però en menor mesura, ja que en ser un producte breu i sovint amb un sol tema o dos musicals no hi ha gaire marge per a les tipologies que esmenta Lluís i Falcó. Aquest paràmetre, però, ens ajudarà a identificar la música d'entrada i la de sortida, a mode d'embolcall i presentació/conclusió del missatge polític en si.

Finalment, el pla auditiu també serà funcional a l'hora de definir, sobretot, el paper de la música i el silenci. Òbviament, una presència continuada en un primer pla acústic atorga un paper més rellevant a qualsevol codi sonor que l'ocupi.

4.4.2. Adaptació de les funcions de la música

Aquesta anàlisi, però, sembla més apropiada per a la fase de més profundament, és a dir, quan ja s'hagi preseleccionat un corpus significatiu d'anuncis polítics. Una vegada, doncs, en aquest estadi de més detall, apuntarem d'entrada les tres tendències generals (paral·lelisme, autonomia i participació) per intentar fer un acostament genèric al tipus de relació entre la música i la imatge de l'espot. A priori, el paral·lelisme sembla la relació més habitual –pel tipus de format– i la participació, potser la més difícil d'argumentar i justificar, ja que parlem d'un missatge conceptual i teòric. Caldrà, tanmateix, atendre els resultats de l'anàlisi.

En segon lloc, cal mostrar la possibilitat de triar entre les funcions i subfuncions que proposa Fraile. En primer lloc del conjunt de l'anàlisi voldrem determinar quina és la funció dominant (expressiva, estètica, estructural o significativa). En segon lloc, veurem la subfunció més emprada dins de cada bloc. I, finalment, farem una vinculació entre els tipus de música i les funcions dominants en el conjunt de l'anàlisi.

El mateix feix de funcions es pot aplicar, amb matisos, al silenci (TORRAS: 2007, p. 182). Tot i així, hi ha funcions o tendències que seran difícils d'adaptar-les-hi, com pot ser el *leitmotiv* o el *contrapunt*, per la pròpia natura ambigua i transparent del silenci audiovisual.

En general, la classificació de Fraile és perfectament adaptable i pràctica per al context audiovisual dels espots electorals. Únicament hi caldrà preveure les limitacions (per exemple, la durada) i condicionants (com, per exemple, l'informatiu) del producte.

4.4.3. Adaptació del protocol d'anàlisi del silenci

En aquest cas, com que valorem la tipologia i la funcionalitat del silenci audiovisual en relació amb el conjunt del producte, resultarà pràctic prescindir de la segona pàgina del protocol, que estava dedicada a una observació a posteriori del visionat i amb més profunditat. Aquesta funció de més detall ja la complirà el mateix protocol integrant tots els elements, també el silenci audiovisual.

La demanda de situar el silenci audiovisual en el conjunt del producte, l'espot, ja queda satisfeta amb el quadre gràfic de relació entre codis que hem esmentat anteriorment. En aquesta eina, el silenci audiovisual es pot situar clarament al principi, al mig, al final de l'espot, fins i tot, amb més precisió, i es pot visualitzar com a continuació de la música, de la paraula o dels efectes sonors. En general el protocol d'anàlisi del silenci manté tots els seus paràmetres, però integrats gràficament en el nou protocol conjunt i amb una presentació sintètica.

4.4.4. La construcció del protocol conjunt

Uns dels principals reptes de la construcció d'aquest protocol conjunt és que, atès el nombre d'espots a analitzar, sigui visual, concís i clar.

Els objectius per al format del protocol conjunt són:

- a) Separar i diferenciar les dues fases de l'anàlisi (A, identificació; B, aprofundiment)
- b) Emprar una sola cara d'un full per a la fase A de l'anàlisi
- c) Separar diferents camps, relatius als diferents aspectes per analitzar (funcions, tipologies...)
- d) Diferenciar espais diferents, relatius als diferents codis protagonistes d'aquesta recerca (música i silenci)
- e) Mostrar una visió global i analítica del producte de forma visual i clara
- f) Emprar un format que faciliti la presa de notes en línia, amb agilitat
- g) Disposar d'una segona cara per a l'anàlisi en profunditat

- h) Incorporar els paràmetres i elements bàsics i essencials dels mètodes presentats en aquest capítol

Seguint les indicacions d'aquests objectius, doncs, la proposta de protocol conjunt inclouria dues cares, una per a cada fase de l'anàlisi. És important que el full d'anàlisi en profunditat estigui enganxat a la primera identificació, per motius d'efectivitat i d'ordre en els materials analítics.

La cara A (fase A) comença amb una identificació del full *Número*, on indicarem el número que classifiqui aquesta fitxa d'anàlisi. Seguidament, incorporem els camps *Títol*, referent al títol que rep l'espot; *Partit/candidat*, per especificar-hi o bé la formació política o bé el candidat que promociona l'anunci (segons la cultura electoral de cada país); *Eleccions*, on s'indicarà el tipus de comicis i la data (per exemple, *Presidencials 2009*), i, finalment, *País*, per apuntar la procedència i lloc de producció de l'espot.

El primer requadre que trobem en aquesta cara mostra l'estructura i l'entramat de codis del producte audiovisual. Marcant amb una línia l'aparició dels codis respectius (i amb una línia vertical, la seva fi) es pot veure fàcilment la distribució de la imatge, la música, el silenci, els sorolls, la veu i els textos i gràfics. Aquest, però, és un esquema que tan sols aporta una visió aproximada, suficient per a la nostra investigació.

El segon i el tercer requadre fan referència a la música. El primer d'ells ('Blocs de música-identificació') ens permet anotar-hi i mostrar l'estil, el tempo, la instrumentació, la textura musical, el compositor i les connotacions de cada bloc musical. El requadre inclou fins a quatre possibles blocs.

El tercer requadre, 'Blocs de música-relació imatge', introdueix els paràmetres del mètode analític de Lluís i Falcó. Tant sols s'hi mostra el nom del paràmetre i l'investigador, ja avesat al mètode, hi haurà d'introduir els tipus i subtipus corresponents.

Seguidament, un quart requadre es dedica al silenci audiovisual ('Silenci audiovisual'). En ell tant sols s'apuntarà breument la tipologia i la duració del silenci. En el primer requadre de la pàgina, 'Producte', ja es pot visualitzar la interrelació del silenci audiovisual i els altres codis i ja mostra, esquemàticament, els antecedents, estadi i conseqüents de cada silenci audiovisual. En aquest requadre inicial, per afegir més informació, es pot indicar a l'inici del silenci audiovisual un número de l'1 al 5 que indiqui la intensitat del codi que constituïa l'antecedent; igualment, es pot escriure un altre número al final del silenci audiovisual, fent referència, llavors, al conseqüent. Aquests valors numèrics mostraran, doncs, la intensitat i la relació amb l'antecedent i el conseqüent, tal i com es feia en el protocol original⁴⁰⁶. També, a sobre de la línia que indiqui l'evolució del silenci audiovisual, es poden escriure les sigles de la tipologia a la qual pertany (f.f., e.f. o s.b.)⁴⁰⁷, per a major informació.

Dins del requadre del silenci audiovisual, a l'apartat 'Gràfic de la transició', es dibuixarà una línia que indiqui el tipus de transició –suau, progressiva, brusca...— anotant també, si és necessari, un número de l'1 al 5, a l'inici i al final, per recordar la intensitat de l'antecedent i del conseqüent. Aquestes xifres hauran de coincidir amb les que s'hagin apuntat al primer requadre, 'Producte'.

Finalment, aquesta fase finalitza amb l'esbós, encara provisional, del model de l'espot. El model s'ha de definir, ara per ara, parcialment i per aquest motiu s'exposen les files 'Relacions', relativa a les relacions entre música i imatge; 'Func. música', en referència a les funcions de la música predominants; 'Func. silenci', respecte de les funcions del silenci audiovisual; i 'Estètica', on s'exposarà la valoració sobre el paper estètic de la música i el silenci en el conjunt de l'espot. Els paràmetres que categoritzin aquests models s'han d'anar construint, àmbit per àmbit, i per això aquest requadre té ara la funció de recollir dades i observacions.

⁴⁰⁶ TORRAS: 2007, p.187-190.

⁴⁰⁷ *Flux fortuït, efecte-silenci o silenci breu* com a categories analítiques.

Els models definitius es construiran mitjançant el contrast i la comparació dels models parcials de cada àmbit i després d'haver definit els paràmetres rellevants per a cada classificació parcial.

A la cara B, corresponent a la fase B d'anàlisi en més profunditat, s'inclou un requadre per anotar les funcions de la música que s'ha observat en l'espot. Aquest requadre inclou únicament el nom dels grups genèrics de funcions i serà l'investigador, novament, qui hi haurà d'anotar les funcions i subfuncions específiques. Posteriorment, es dedica un altre requadre, idèntic, per emplenar de la mateixa manera les funcions relacionades amb el silenci audiovisual.

Un tercer full, complementari, recull les abreviacions i reduccions dels termes i dels paràmetres necessaris per a l'anàlisi de l'espot electoral. Es tracta senzillament d'un recordatori de les expressions utilitzades.

Aquest protocol, abreujat i entenedor, complet i visual, compleix els requisits i objectius que havíem plantejat en la seva elaboració. El format dissenyat ha de permetre una recollida de dades àgil i acurada i, posteriorment, l'accés a una anàlisi de les dades de forma senzilla i significativa. Amb alguna adaptació – per exemple, atenent la durada– el protocol es podria emprar per a l'anàlisi d'altres productes audiovisuals, en relació amb la música i el silenci.

4.5. Procediment d'anàlisi

La planificació i el procediment de l'anàlisi consta de dotze passes i quatre fases. La primera fase és la referent a la identificació o selecció general; la segona fase és la d'anàlisi; la tercera fase és la corresponent al contrast i comparació de les dades, i, finalment, la quarta fase és la relativa al debat teòric i a la formulació de conclusions analítiques⁴⁰⁸.

⁴⁰⁸ Les conclusions són relatives al marc de l'anàlisi exclusivament; no són, per tant, les conclusions pròpies de tot el treball d'investigació en el seu conjunt. Per aquest motiu es troben ubicades com una fase del procediment analític.

Les passes que s'inclouen en aquest procediment són: *a)* Selecció de fonts; *b)* audiovisionat⁴⁰⁹ general; *c)* audiovisionat analític; *d)* comprovació dades; *e)* valoració funcional i estètica; *f)* corroboració documental; *g)* contrast i comparació; *h)* extracció de models; *i)* test de models; *j)* confirmació de models; *k)* revisió del mètode analític, i *l)* formulació de conclusions⁴¹⁰. En tot cas, el procediment d'anàlisi en el seu conjunt es basa en un mètode qualitatiu, amb les tècniques d'anàlisi de contingut i d'anàlisi semiòtica.

Taula 4.3. Síntesi de les fases i passes del procediment analític de la investigació

Fase I. Identificació	Fase II. Anàlisi	Fase III. Contrast	Fase IV. Conclusions
<i>a)</i> Selecció de fonts	<i>c)</i> Audiovisionat analític	<i>g)</i> Contrast i comparació	<i>k)</i> Revisió del mètode analític
<i>b)</i> Audiovisionat general	<i>d)</i> Comprovació de dades	<i>h)</i> Extracció de models	<i>l)</i> Formulació de conclusions
	<i>e)</i> Valoració funcional i estètica	<i>i)</i> Test de models	
	<i>d)</i> Corroboració documental	<i>j)</i> Confirmació de models	

4.5.1. Fase I. Identificació

En aquesta fase, es tracta de seleccionar els espots que acabaran formant part del nostre corpus analític. És, per tant, un primer repàs de les fonts i els materials existents per tal de detectar qualitats, característiques i originalitats que podrien enriquir o orientar la tasca d'anàlisi en si i la formulació de conclusions.

En aquesta fase d'identificació o selecció general hi trobem dues passes o accions: la selecció de fonts i l'audiovisionat general.

⁴⁰⁹ Per emprar correctament el terme *audiovisió* proposat per Chion, en referència a una atenció tant a la imatge com a la part acústica del producte audiovisual.

⁴¹⁰ Malgrat que el procediment es presenta ara lineal, però es pot haver desenvolupat paral·lelament a altres tasques de la recerca o fins i tot amb la simultaneïtat d'algunes fases o passes, segons els recursos d'investigació de cada moment.

4.5.1.1. Selecció de fonts

Se cerca pels fons bibliogràfics i les mediateques, així com per la xarxa cibernètica, aquells reculls, compilacions o edicions d'espots electorals, és a dir, de formats audiovisuals, que puguin ser objecte de l'anàlisi de la nostra investigació.

S'han detectat tres fonts principals d'on s'extreuen els espots per analitzar:

- 1) Webs dels partits polítics, principalment de l'àmbit estatal (encara que també, a d'àmbit internacional).
- 2) La plataforma cibernètica de difusió de vídeos *Youtube* (www.youtube.com), mitjançant la cerca a través de les paraules 'political spot', 'political ad', o 'espot electoral', o diferents combinacions en diferents idiomes.
- 3) Els materials editats de l'exposició 'Spots electorals. L'espectacle de la democràcia', que compta amb quatre DVDs amb espots des del 1989 seleccionats d'arreu del món⁴¹¹.

4.5.1.2. Audiovisionament general

Els materials que obtenim de les esmentades fonts se sotmeten a un audiovisionat general per tal de detectar combinacions originals, mostres clares d'exemples o premodels⁴¹², o utilitzacions singulars de la música i el silenci. També es detecten reiteracions i espots que no aporten cap novetat a d'altres que ja hem seleccionat.

Aquesta passa ha de seleccionar un nombre més reduït d'espots electorals, que seran analitzats. Aquesta reducció és necessària per la limitació de recursos i de temps a l'hora de realitzar la investigació.

⁴¹¹ Editat per l'Ajuntament de Barcelona i l'Institut de Cultura. Exposició realitzada a La Virreina, Centre de la Imatge.

⁴¹² D'acord amb la recerca teòrica, l'investigador pot tenir al cap alguna possible configuració dels models de relació entre la música, el silenci i el producte audiovisual. Aquests 'premodels', però, s'han de sotmetre a la verificació analítica.

4.5.2. Fase II. Anàlisi

Aquesta fase es divideix en dues etapes, una d'anàlisi superficial o general i una altra d'anàlisi en profunditat. En aquesta fase és quan comencem a utilitzar el protocol conjunt elaborat per dur a terme les tasques analítiques. La cara A del protocol correspon a l'anàlisi general i la cara B, a l'anàlisi en profunditat. Alhora, en aquesta fase s'han de realitzar quatre passes: l'audiovisionat analític; la comprovació dades; la valoració funcional i estètica; i la corroboració documental.

4.5.2.1. Audiovisionament analític

Es tracta d'audiovisionar novament els espots seleccionats parant més atenció als paràmetres i valors que ens requereix el protocol d'anàlisi i la pròpia investigació. S'han d'anar introduint les dades i les observacions en el protocol d'anàlisi. Aquest primer visionat és d'anàlisi més general perquè ens sol·licita dades constatables perceptiblement i que no requereixen gran reflexió teòrica. La recollida de dades mitjançant el protocol està pensada per poder-la fer en línia, simultàniament al visionat, sense gaires dificultats en un o dos audiovisionats.

4.5.2.2. Comprovació de dades

Després de l'audiovisionat, l'investigador ha de repassar la coherència i la claredat de les dades recollides. Es realitza, doncs, una comprovació de les dades mitjançant la revisió del protocol i, si cal, amb un tercer audiovisionat. Aquest pas també ha de clarificar l'escriptura i les notes, per evitar possibles futures confusions.

4.5.2.3. Valoració funcional i estètica

S'entra ja a l'etapa d'anàlisi en profunditat amb la utilització de la cara B del protocol conjunt. Es tracta de fer una valoració de les funcions de la música i el silenci, així com les seves contribucions estètiques, d'acord amb els audiovisionats anteriors i amb les dades recollides. La valoració comporta una reflexió teòrica recuperant els plantejaments de les teories del marc teòric de la recerca. Malgrat que aquesta valoració no es fa simultània a l'audiovisionat —és

a posteriori— és recomanable fer-la immediatament després d'omplir la cara A del protocol, per mantenir així la impressió i la memòria del desenvolupament funcional i estètic de l'espot.

4.5.2.4. Corroboració documental

Finalment, després de l'anàlisi, cal corroborar —o si més no, corregir i modificar— les impressions que hem anotat i les dades que hem recollit mitjançant altres fonts d'informació o altres suports documentals. En aquest apartat entra la comprovació, sobretot, de dades com el nom del candidat, l'any d'emissió, el títol de la cançó o el nom del seu compositor, la instrumentació, etc., a part d'altres dades que poden ser complementàries i/o anecdòtiques.

4.5.3. Fase III. Contrast

Aquesta fase inicia el contrast i la comparació de les dades obtingudes i, per tant, sobrepassa l'àmbit d'un sol cas o d'un únic protocol d'anàlisi particular, ja que exigeix la confrontació de diferents casos i les dades recollides per a aquests. La fase consta de quatre passes com són el contrast i comparació, pròpiament; l'extracció de models; el test de models i; finalment, la confirmació de models. La finalitat d'aquesta fase és, doncs, presentar uns models definits de les relacions de la música i el silenci amb el conjunt de l'espot electoral.

4.5.3.1. Contrast i comparació

Com en qualsevol mètode qualitatiu i comparatiu, aquí es tracta de confrontar les diferents dades recollides per a diferents espots i referents a un mateix paràmetre, o a un conjunt de paràmetres o valors, per tal de veure'n diferències, similituds i, sobretot, regularitats i patrons. La comparació, per fer-la més efectiva, es pot realitzar mitjançant una graella que mostri visualment la totalitat de casos analitzats, els paràmetres analitzats i els valors atorgats a cadascun.

4.5.3.2. Extracció de models

De les regularitats observades, s'ha de formular un model. Així, cal atendre diferents paràmetres en conjunt i veure patrons que es confirmen amb nous casos. Cal establir els paràmetres que s'agruparan i que seran rellevants per a marcar un model i després observar les dades al llarg dels casos estudiats.

4.5.3.3. Test de models

Els models, segons les regles de la investigació científica (REQUEJO; GONZALO: 2009, p. 43), han de complir tres característiques:

- a) Exclusivitat: un espot no es pot classificar en més d'un model, sinó que ha de ser exclusiu d'un sol patró o model. Cada espot s'ha de remetre a un model i només a un.
- b) Exhaustivitat: tots els espots s'han de poder classificar en un model o altre; no pot quedar cap espot al marge perquè les seves característiques no coincideixin amb cap patró proposat.
- c) Simplicitat: el nombre de models emprats ha de ser el mínim possible. S'han d'evitar els models buits que no corresponguin a cap cas real.

A part de les propostes de Requejo i Gonzalo, també hi afegiríem que la classificació per models ha de basar-se en:

- d) Coherència: els models han de mostrar unes característiques definitòries, pròpies, que els identifiquin i els diferenciïn dels altres.

Aquesta passa ha de comprovar que es compleixen aquestes qualitats i requeriments.

4.5.3.4. Confirmació de models

En aquesta passa s'afegiran les correccions o matisos que sorgeixin del test de models. Després de les modificacions, és convenient fer novament un test, per corroborar la seva validesa. Finalment, es formularan els models finals definint i explicant les seves característiques i trets diferencials, així com vinculant-los a exemples concrets del corpus d'espots analitzats.

4.5.4. Fase IV. Conclusions

Aquesta fase és relativa únicament al procediment analític. Les conclusions són en referència a aquest procés. No s'ha de confondre, per tant, amb unes conclusions globals del conjunt de la investigació tot i que, evidentment, segur que hi aportaran idees contrastades. Aquesta quarta i darrera fase consta de dues passes, la revisió del mètode analític i la formulació de conclusions.

4.5.4.1. Revisió del mètode analític

Es tracta de fer una valoració científica de les funcionalitats i mancances del mètode que s'ha emprat per a analitzar els espots, el màxim d'objectiva possible. Les crítiques i valoracions que sorgeixin d'aquesta revisió poden servir per a millorar el procediment en experiments o treballs posteriors i, al mateix temps, per deixar paleses en aquesta mateixa recerca les limitacions de l'anàlisi i així emmarcar més acuradament i precisa les conclusions referents tant a la part analítica com al conjunt de la investigació.

4.5.4.2. Presentació de conclusions

D'acord amb les notes i observacions que s'han anat prenent al llarg de totes les fases i passes, i basant-nos també en els resultats i els models definits, cal posar de manifest les conclusions a què ens condueix aquesta anàlisi de la relació de la música i el silenci amb el conjunt del producte audiovisual. Les conclusions es poden estendre també a aspectes metodològics i, fins i tot, a aspectes de la pròpia dinàmica de la investigació.

De ben segur que part d'aquestes conclusions s'adaptaran i formaran part de les conclusions globals i finals d'aquesta investigació doctoral.

En resum, el procediment analític que es proposa consta de quatre fases i dotze passes, que van orientant la investigació des de la selecció de fonts d'informació fins a la formulació de les conclusions. El procés posa sempre una atenció especial al format propi de la investigació científica aplicada a l'audiovisual i manté un esperit sempre avaluador i corrector, de cara a millorar la contribució de la investigació en un futur.

PART III

Resolució

No n'hi ha prou
amb escoltar la música;
a més a més, s'ha de veure.

Igor Stravinski, compositor

El gerro dóna forma al buit
i la música al silenci.

Georges Braque, pintor i escultor

Resultats

5.1 Introducció

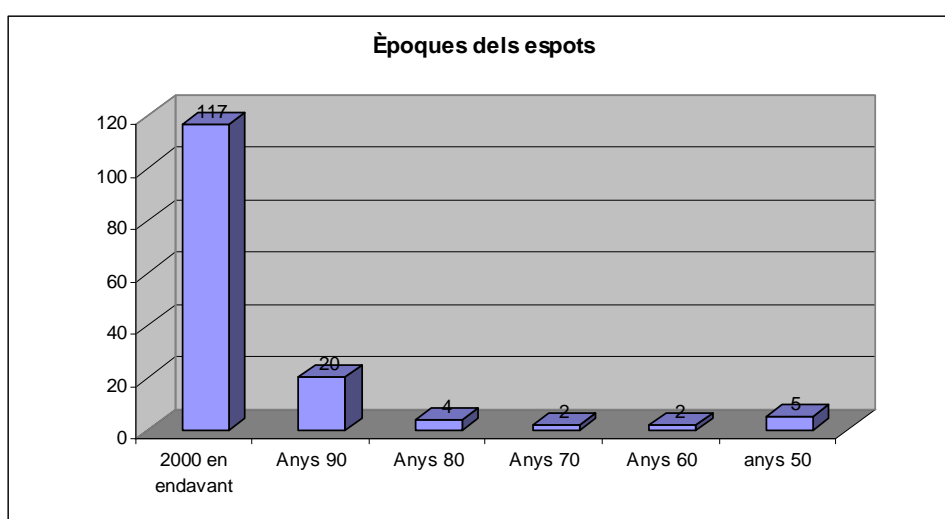
En aquest capítol presentem els resultats analítics obtinguts mitjançant el contrast i la comparació de l'anàlisi particular de contingut de cada spot. En primer lloc exposem les dades globals de la mostra: el número d'espots que l'han composada, les zones d'origen d'aquests anuncis polítics, les èpoques en què van ser produïts i emesos, i les fonts d'on s'han obtingut els productes per al seu anàlisi.

Seguidament, presentem els resultats de cada apartat del protocol d'anàlisi conjunt, seguint l'ordre establert. En cada apartat, si és convenient i rellevant per a la investigació, es mostren també alguns creuaments entre diferents elements analitzats.

5.2 Dades globals de l'anàlisi

L'anàlisi amb el protocol conjunt i el mètode que hem presentat en el capítol anterior s'ha realitzat sobre 150 espots electorals d'arreu del món i de diferents èpoques. La mostra, escollida de forma aleatòria, ha incorporat anuncis polítics de cinc continents (Europa, Amèrica, Àsia, Àfrica i Oceania) i de totes les dècades des de l'existència de la propaganda política audiovisual (des dels anys cinquanta fins a l'actualitat, amb especial atenció a l'última dècada).

Gràfic 5.1 Èpoques d'edició dels espots analitzats



En el conjunt de l'anàlisi han predominat, però, els espots contemporanis i occidentals (Amèrica i Europa). Així, de la primera dècada del segle XXI, de l'any 2000 en endavant, hem analitzat 117 espots electorals, un 78 % del total dels productes analitzats.

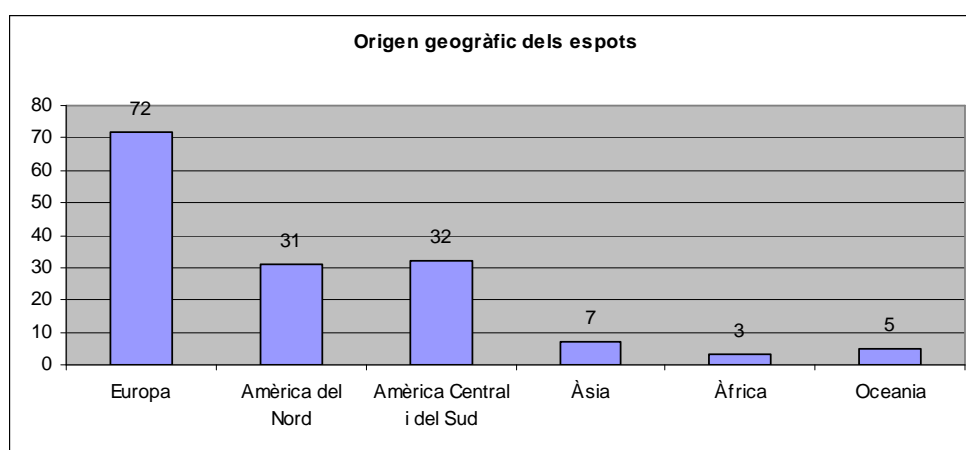
De l'última dècada del segle XX hem analitzat un total de 20 espots electorals, els quals representen un percentatge d'un 13,33 % del total. Tot sumant aquestes dues categories (espots dels anys noranta i del segle XXI) arribem a la xifra de 137 espots recents, dels darrers vint anys, els quals suposarien més d'un 91 % del total dels espots analitzats. Es pot dir, llavors, que l'anàlisi es centra en aquesta època malgrat que incorpora exemples i comparacions amb altres períodes des de l'aparició del format d'espots electorals audiovisuals.

Dels anys 80 hem observat tan sols quatre espots (2,6 %), mentre que dels anys 70 i 60 s'han analitzat dos espots de cada dècada (1,3 % respectivament). Dels anys 50, període en al qual sorgeix l'espots electoral modern, hem estudiat cinc exemples (3,3 %).

Quant a l'origen geogràfic dels espots electorals, els d'origen europeu (72) quasi representen ja la meitat dels espots analitzats (48 %). El 52 % restant es distribueix de la següent manera: una trentena d'espots per a Amèrica del Nord (Estats Units i Canadà) i una trentena més per a Amèrica Central i del Sud. Així, els espots del continent americà sumen en conjunt 63 i representen el 42 % del total de la mostra.

Si combinem els espots europeus amb els d'Amèrica del Nord el resultat és superior al 68 % dels espots analitzats, amb 103 unitats. D'aquesta manera, es pot afirmar que l'anàlisi es centra també en una producció de tipus occidental, si tenim en compte el predomini de la procedència europea i nord-americana de la mostra analitzada.

Gràfic 5.2 Origen geogràfic per continents dels espots analitzats

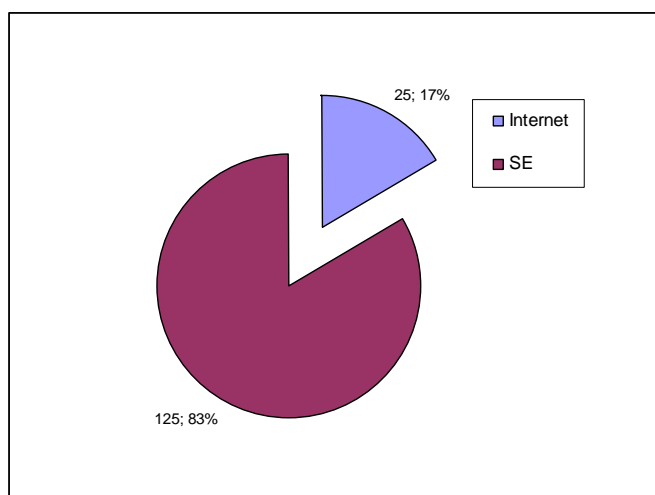


De la resta de procedències, 7 espots han estat produïts a Àsia (un 4,6 %), 3 a Àfrica (2 %) i 5 més a Oceania (3,3 %). El conjunt d'espots localitzats fora del continent americà i Europa suma 15 productes, els quals representen el 10 %

del total de la mostra. Ratifiquem així, el clar predomini de l'origen occidental en els espots analitzats.

Finalment, cal esmentar les fonts de les quals s'ha extret la mostra analitzada dels 150 espots electorals.

Gràfic 5.3 Fonts d'on procedeixen els espots electorals



Una de les fonts d'on s'han obtingut els espots és Internet, a través de la pàgina web de difusió de vídeo Youtube.com, i dels llocs web dels partits polítics. D'Internet hem obtingut 25 espots, un 17 % del conjunt de la mostra analitzada.

La font informativa més important, però, ha estat la publicació *Spots Electorals. L'espectacle de la democràcia* (SE)⁴¹³, la qual inclou quatre DVDs amb una selecció mundial de publicitat política audiovisual. D'aquesta edició de recopilació (SE), ja de per si variada geogràficament i temporal, hem obtingut 125 espots que hem analitzat, és a dir, un 83 % dels elements de la mostra.

⁴¹³ Producte publicat amb motiu de l'exposició amb el mateix nom celebrada al Palau de la Virreina del 4 de juliol al 28 de setembre de 2008. Editat per l'Ajuntament de Barcelona i l'Institut de Cultura el mateix any.

5.3 Resultats per elements d'anàlisi

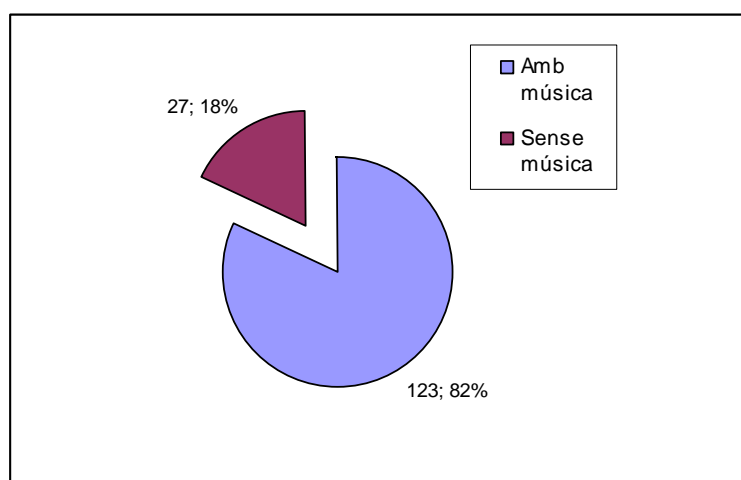
En aquest apartat presentem els resultats obtinguts per a cada element d'anàlisi que compon el protocol conjunt. L'ordre de presentació segueix el mateix que el disseny del protocol: *Estil musical, Tempo, Funció articuladora, Justificació òptica, Interacció semàntica, Coherència argumental, Ubicació al muntatge, Ubicació a la narració, Pla auditiu, Funcions de la música, Subfuncions (de la música), Silenci, Tipus de silenci, Funcions del silenci i Blocs*.

5.3.1 Estil musical

Abans de presentar els resultats segons les categories establertes per a aquest paràmetre, cal esmentar que una ampla majoria dels espots electorals utilitzen la música amb una finalitat persuasiva.

Així, el 82 % dels espots electorals inclouen com a mínim un bloc de música, és a dir, utilitzen aquest recurs en la seva producció audiovisual (123 espots del total de 150). Pel contrari, un 18 % de la mostra analitzada no inclou en el producte audiovisual cap tipus de música o bloc musical (27 espots electorals)⁴¹⁴.

Gràfic 5.4 Espots amb música i sense música

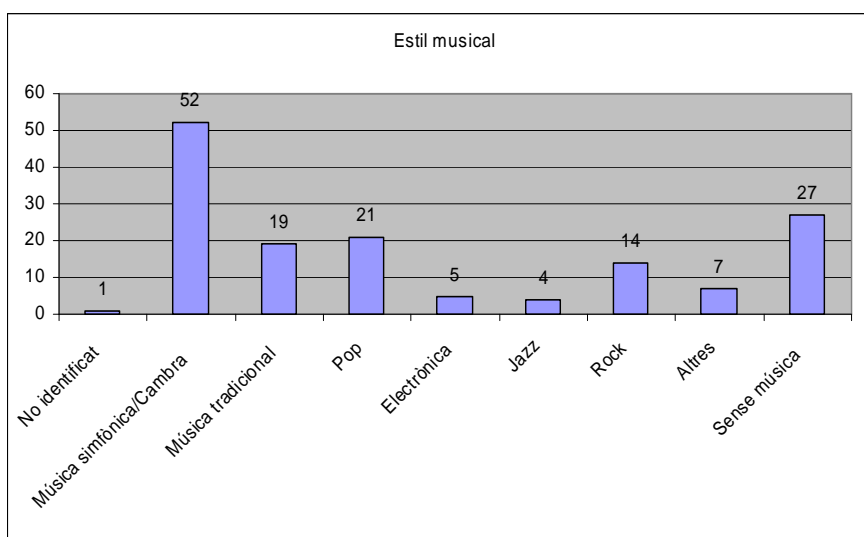


⁴¹⁴ Això no vol dir, com veurem més endavant, que hi predomini el silenci audiovisual. Els espots electorals sense música poden emfatitzar l'ús de la veu o dels sorolls abans que incloure de manera predominant la sensació de silenci.

El paràmetre *Estil musical* s'ha dividit en vuit categories diferents, fent un esforç de síntesi⁴¹⁵. Les categories que hi podem trobar són *Música simfònica/de cambra*⁴¹⁶, *Música tradicional* (ètnica, del món), *Pop*, *Blues*, *Electrònica*, *Jazz*, *Rock* i *Altres*.

Els resultats pel que fa a aquest paràmetre mostren un clar predomini en l'ús de la música inclosa en la categoria de *Música simfònica/de cambra*, en la qual s'inclouen els gèneres vinculats a la música d'orquestra simfònica, però també de cambra, com el seu nom indica. Més d'un 42 % dels espots electorals que contenen música s'emmarquen en la categoria *música simfònica/de cambra* (més d'un 34 % del total, si hi incloem aquells sense música). És a dir, 52 espots contenen almenys un bloc de música simfònica o de cambra.

Gràfic 5.5 Estils musicals dels blocs dels espots electorals



El segon grup més nombrós és el del *Pop*, amb 21 espots que empen aquest estil i que representen un 17 % dels espots electorals que contenen música. La

⁴¹⁵ Existeixen múltiples taxonomies i classificacions possibles (GUAUS: 2009, p. 9-17). Hem optat per reflectir-hi aquells estils més generals que apareixien durant el visionat. Per a una anàlisi estilística més acurada caldria revisar, però, la categorització i possiblement ampliar-la.

⁴¹⁶ Aquesta categoria és difícil de delimitar en un sol nom ja que pot incloure música de cambra de diverses formacions (duets, trios, quintets) i estils (barroc, clàssic, contemporani), així com música per a orquestra simfònica de diverses èpoques. La categoria fa referència no tant a un estil únic com a un timbre o textura característica. Per tant, empen una etiqueta més o menys ambigua i oberta.

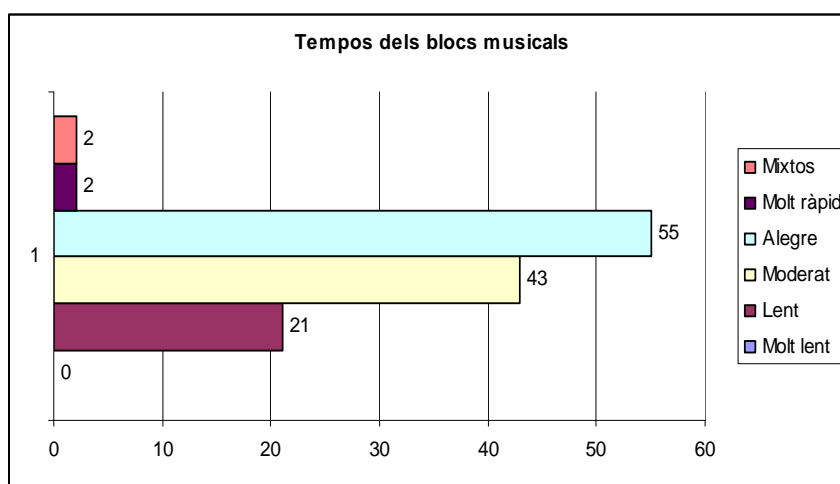
música tradicional (amb diferents variants: ètnica, del món, i d'altres) ocupa el tercer lloc d'estil musical més utilitzat, apareix en 19 espots i representa un 15,44 %.

Un altre grup que cal destacar és el de la categoria *Rock*. 14 espots electorals de la mostra analitzada empen aquest estil de música. Això significa un percentatge de l'11,38 % dels espots que contenen música i un 9,3 % del total dels espots analitzats, continguin música o no.

5.3.2 Tempo

Amb el paràmetre tempo definim la velocitat o la velocitat rítmica de la música i s'ha dividit en cinc categories: *molt lent*, *lent*, *moderat*, *ràpid o alegre* i *molt ràpid*. La classificació dels blocs musicals en funció d'aquests paràmetres s'ha dut a terme segons la impressió perceptiva durant l'anàlisi, sense emprar cap mena d'aparell electrònic que pogués situar en uns marges prefixats de pulsacions el tempo de cada bloc.

Gràfic 5.6 Tempo dels blocs musicals dels espots electorals



Entre els tempos emprats en la música dels espots electorals domina l'*alegre* o *ràpid*, amb 55 casos (44,7 %). També en destaca el *moderat*, amb 43 espots i un percentatge del 34,95 % sobre els productes que utilitzen música.

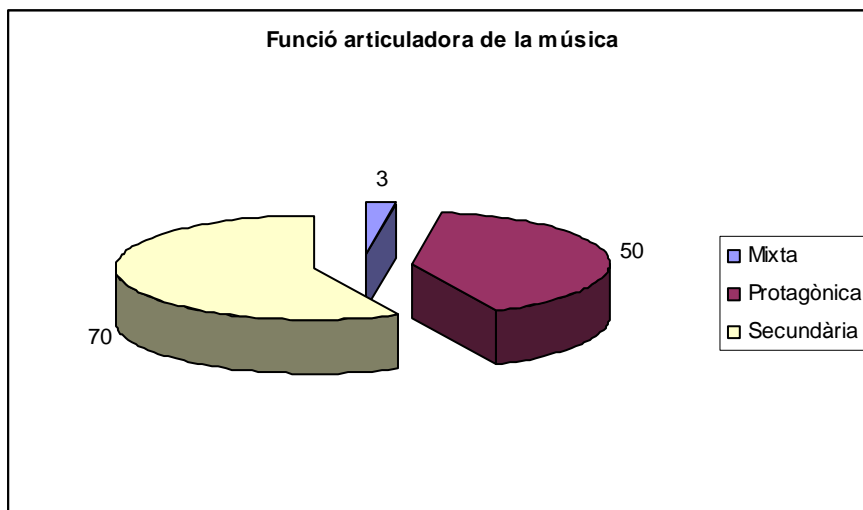
Finalment, 21 dels espots analitzats i que contenen música empen un tempo lent, fet que representa poc més d'un 17 % de tots els espots amb blocs musicals.

Únicament dos espots varien el tempo en els seus diferents blocs; s'han inclòs en la categoria *Mixtos*.

5.3.3 Funció articuladora

Amb aquest paràmetre ens referim a la música i, segons l'estructura establerta per Lluís i Falcó (1995, p. 173), pot distingir-se entre *protagònica* o *secundària*. Incloem, després de l'observació i l'anàlisi dels espots, una tercera categoria anomenada *mixta*, que fa referència a aquells blocs musicals que realitzen una transició d'un estadi protagònic a un de secundari o a la inversa.

Gràfic 5.7 Funció articuladora de la música dels espots electorals



Dels espots que contenen música, el 59,6 % l'articulen amb una funció secundària; 70 dels 123 espots amb blocs musicals empen aquesta disposició musical. Per altra banda, 50 espots situen la música en una posició protagònica pel que fa a la seva funció articuladora, xifra que representa el 40,6 % del total d'espots amb blocs musicals.

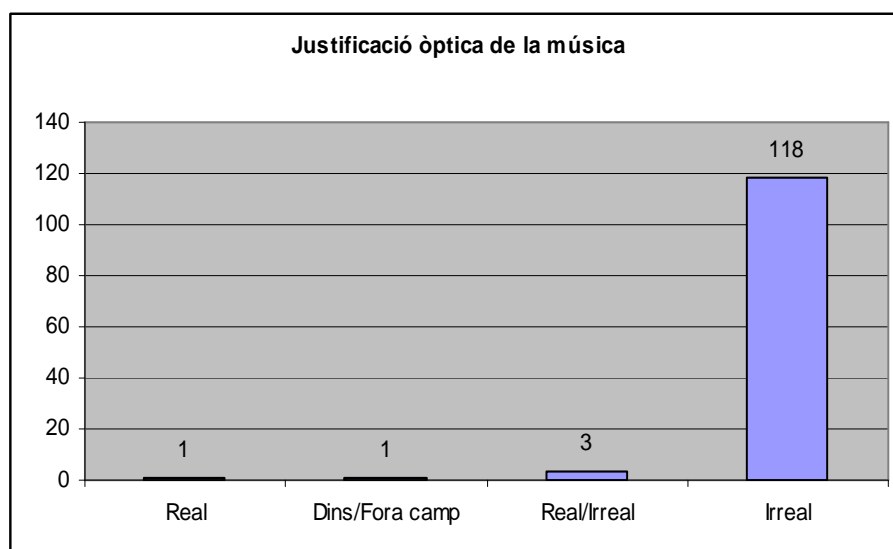
Només tres espots fan servir una transició entre les funcions articuladores protagonista i secundària (2,43 %).

5.3.4 Justificació òptica

El paràmetre de Justificació òptica⁴¹⁷ fa referència a la música i denota si la font musical (o la font musical assignada) és visible o no en les imatges del producte audiovisual. Hem dividit aquest paràmetre en cinc categories: *presència ambigua*; *justificació real, dintre de camp*; *justificació real, fora de camp*; *irreal*, i *transició*, amb formes narratives de pas entre diverses modalitats de les anteriors (per exemple, de fora a dintre de camp, o viceversa).

La música dels espots electorals té una justificació òptica majoritàriament irreal, és a dir, que la font musical o l'acte musical no es mostra en les imatges ni a través de la narració. 118 espots dels 123 que contenen música de la mostra analitzada segueixen aquest paràmetre (95,9 %).

Gràfic 5.8 Justificació òptica de la música dels espots electorals



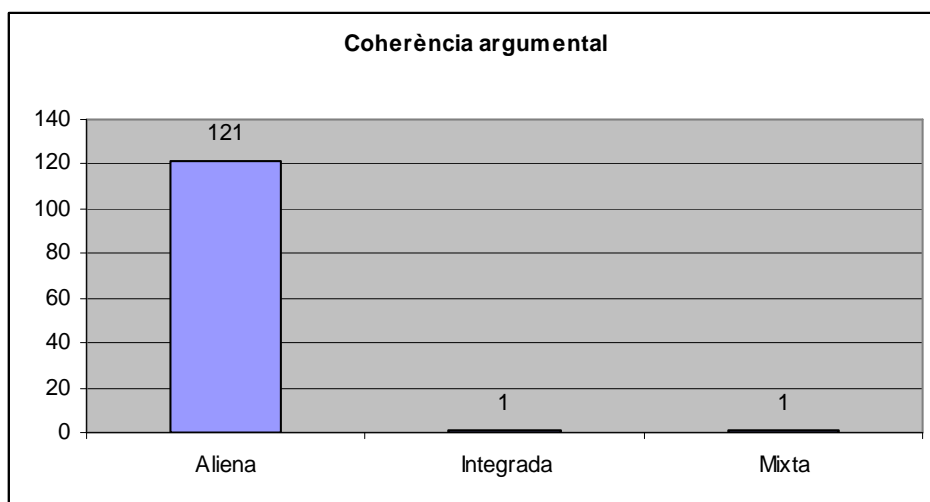
⁴¹⁷ Denominació que emprava Lluís i Falcó. L'autor també l'anomena "presència en pantalla" (1995, p. 172).

A l'altre costat, tan sols un spot mostra una justificació òptica real (0,81 %) i quatre empenen una transició entre diferents categories de justificació òptica (3,25 %). D'aquests models de transició, tres spots la realitzen entre una justificació òptica real i una irreal, dins del mateix bloc musical (2,43 %) i un empra una transició entre una justificació dins i fora de camp (0,81 %).

5.3.5 Coherència argumental

La coherència argumental és la relació del bloc musical amb la caracterització dels personatges i la coherència, per tant, de la història en incloure o no el recurs musical⁴¹⁸. Les categories possibles són *integrada*, quan la música es coherent argumentalment, i *aliena*, quan hi manca aquesta coherència amb els rols dels personatges i la història en curs.

Gràfic 5.9 Coherència argumental de la música dels spots electorals



Per una amplíssima majoria (121 spots; 98,3 %), la categoria més emprada és una coherència argumental aliena, és a dir, no justificada segons el paper dels personatges. Tan sols en un 0,81 % la categoria és integrada (1 spot).

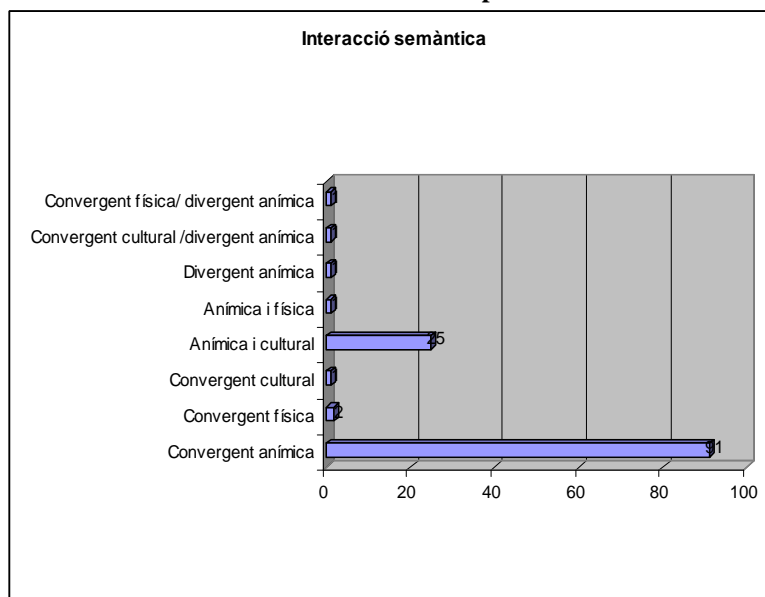
⁴¹⁸ No s'ha de relacionar aquest paràmetre amb l'ambient, to o gènere del producte audiovisual. Està estrictament i única vinculat al rol dels personatges.

Sorgeix una categoria mixta (0,81 %) que vol dir que en algun moment de l'espots el personatge pateix una transformació en el seu rol/paper, es passa de no justificar a justificar la presència musical (o a l'inrevés). La quantitat, però, no és significativa.

5.3.6 Interacció semàntica

D'aquest paràmetre del mètode de Lluís i Falcó, un cop feta l'anàlisi dels espots, en destaquen dues categories: la convergència anímica i la convergència anímica i cultural.

Gràfic 5.10 Interacció semàntica de la música dels espots electorals



91 dels 123 espots que contenen música (73,98 %) utilitzen un bloc musical en convergència anímica amb les imatges i la resta de codis audiovisuals. A més a més, 25 espots (20,32 %) fan servir una música en convergència anímica i cultural alhora. Per tant, si atenem els espots que contenen almenys la convergència anímica entre la seva música i les imatges (independentment de si aquesta respon a altres tipologies d'interacció semàntica) arribem a la quantitat de 116 espots, és a dir, un 94,3 % de tots els espots que contenen com a mínim un bloc musical.

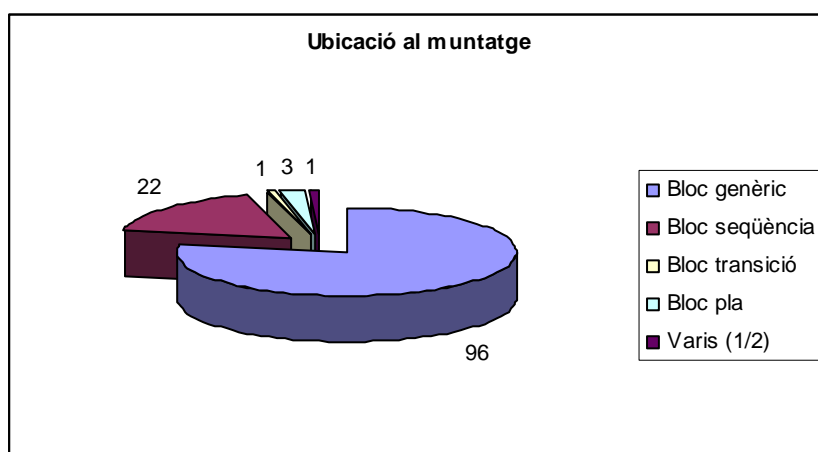
La resta dels resultats són poc significatius: només un spot amb convergència cultural (0,81 %); un altre amb la combinació de convergència anímica i física; un altre amb divergència anímica; un de diferent amb la combinació de convergència cultural i divergència anímica i, finalment, un spot amb la convergència física i la divergència anímica. Tan sols dos spots (1,62 %) entren la música per a una interacció convergent física exclusivament⁴¹⁹.

La categoria dominant i amb gran distància de la resta en aquest paràmetre és doncs la convergència anímica amb la presència en un 94,3 % de tots els spots electorals amb música.

5.3.7 Ubicació al muntatge

De l'anàlisi de la forma com s'integra el bloc musical en el muntatge del producte audiovisual dels spots electorals destaca que més del 78 % dels spots amb música s'ubiquen al muntatge mitjançant un bloc genèric (és el cas de 96 spots). El segon gran grup correspon al bloc seqüència, fórmula emprada per 22 spots, és a dir, per un 17,88 % dels spots electorals amb música.

Gràfic 5.11 Ubicació al muntatge dels blocs musicals dels spots electorals



⁴¹⁹ Cal entendre que la interacció convergent física no és una coincidència entre el tempo musical i el ritme de muntatge (això ho marca més aviat la *funció articuladora*). Es tracta de, dins de la categoria d'expressió o relació semàntica (de significat), veure si la música reflecteix o reforça certes característiques conceptuals físiques (com podrien ser rigidesa, fragilitat, etc.).

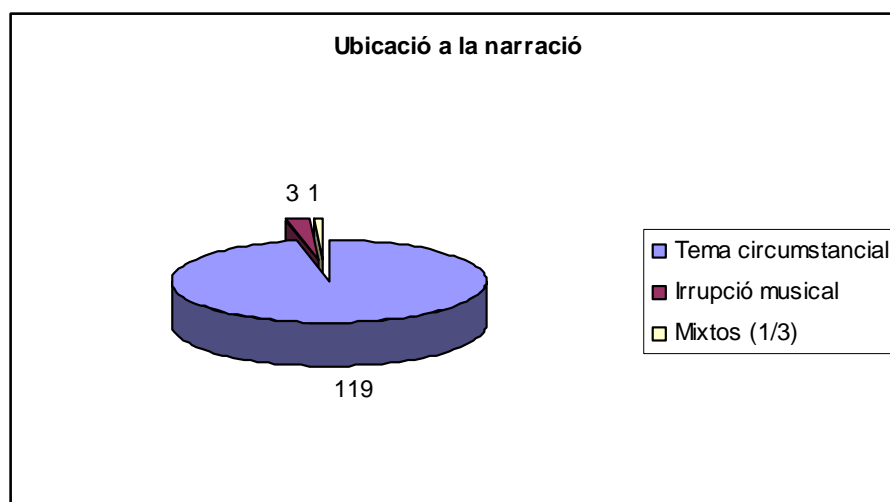
Entre els espots amb bloc genèric i bloc seqüència com a fórmula d'ubicació al muntatge sumen 118 espots, és a dir, més d'un 95,9 % del conjunt d'espots electorals que contenen almenys un bloc musical.

La resta d'opcions, per tant, és minoritària: un spot utilitza un bloc transició (0,81 %), tres empren el bloc pla (2,43 %), i, finalment, un altre utilitza cada bloc de manera diferent (0,81 %); el classifiquem dins de la categoria *Varis*.

5.3.8 Ubicació a la narració

Dins d'aquest paràmetre hi ha un predomini absolut de la categoria *Tema circumstancial*. Fins a 119 espots dels 123 que contenen música empren la forma del tema circumstancial per ubicar la música en la narració; aquest elevat nombre d'espots representa més del 96,7 % de tots els espots amb música analitzats.

Gràfic 5.12 Ubicació a la narració dels blocs musicals dels espots electorals



Tanmateix, un 2,43 % dels espots amb música ubica el bloc musical a la narració com una irrupció musical. Tan sols en un spot de la totalitat de la mostra analitzada s'empren diferents ubicacions per a cada bloc; aquest està classificat dins de la categoria *Mixtos*.

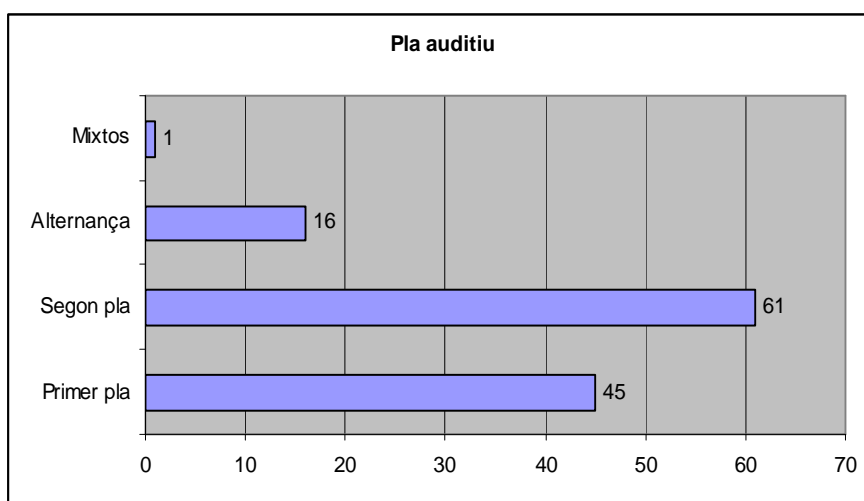
5.3.9 Pla auditiu

Respecte el pla auditiu on s'ubica la música (els blocs) dels espots electorals, en destaca que quasi la meitat, 61 espots dels 123 amb música, situen el bloc musical en un segon pla auditiu o en un pla secundari. Aquestes representen el 49,59 % dels espots amb almenys un bloc musical.

El segon gran grup és el del primer pla auditiu, amb 45 espots dels 123 musicals, i amb un percentatge del 36,58.

És interessant també destacar els 16 espots que realitzen una alternança en el pla auditiu del bloc musical. Això vol dir que en aquest 13 % d'espots el volum de la música –i el seu pla auditiu final– varia dins d'un mateix bloc.

Gràfic 5.13 Pla auditiu de la música dels espots electorals



En tan sols un spot (0,81 %) hi ha diferents plans auditiu per a diferents blocs musicals, és a dir, no es produeix una variació del pla dins del mateix bloc.

5.3.10 Funcions de la música

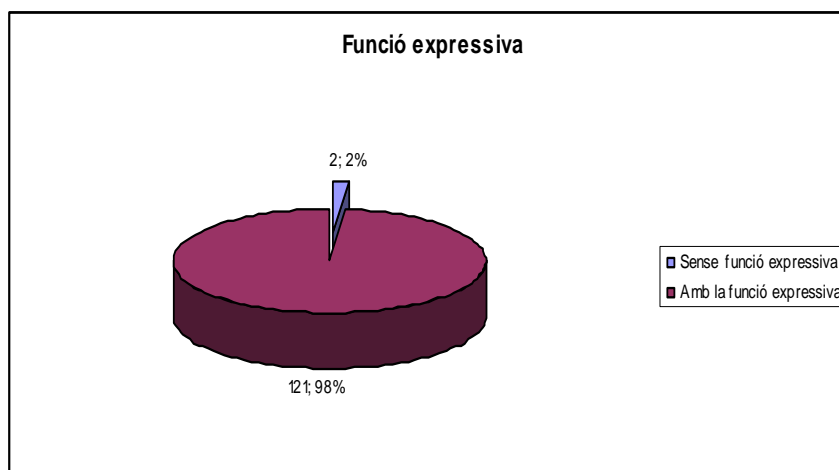
Les funcions de la música, tot seguint l'esquema plantejat en la presentació del mètode d'anàlisi, s'ha categoritzat en cinc possibilitats: *ambigua*, *expressiva*, *estètica*, *estructural* i *narrativa*.

En aquest paràmetre no es detallen més les funcions ja que més endavant fem servir un segon paràmetre, *Subfuncions*, amb el qual s'especifica més acuradament el paper musical dins de cada gran grup funcional. En aquest punt, per tant, es tracta d'assignar una etiqueta general respecte les funcions del bloc musical analitzat.

Com que no són categories excloents, hi poden haver blocs, i de fet n'hi ha, que en comparteixin més d'una.

Dins de les funcions generals que desenvolupa la música en els espots electorals en destaca la funció expressiva. Un 98 % dels espots contenen música que desenvolupa una funció expressiva, mentre que un 2 %, no en tenen. Amb altres paraules, 121 espots de 123 disposen d'un bloc musical que realitza una funció expressiva, i tan sols 2 espots no tenen música amb aquesta funció.

Gràfic 5.14 Comparació dels espots amb la funció musical expressiva

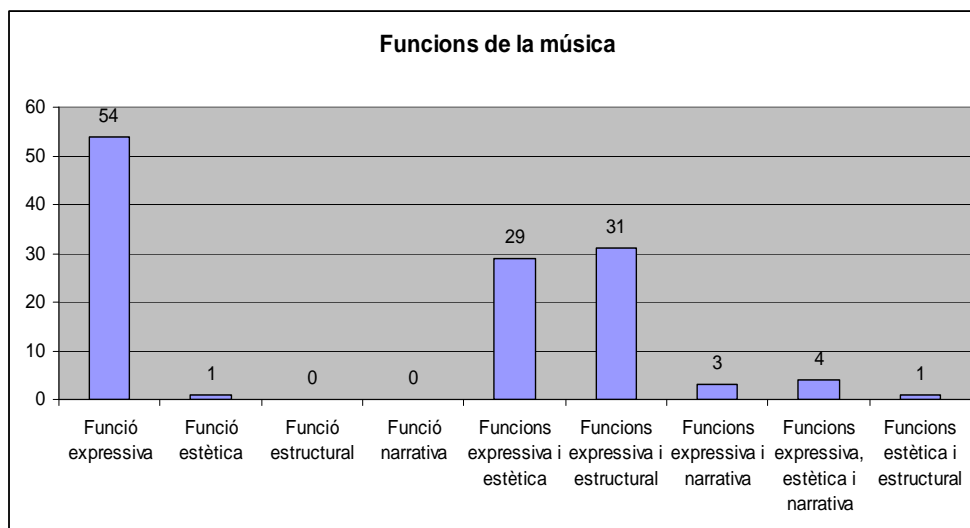


Com ja hem comentat, les categories no són excloents. D'aquests 121 espots amb música que fa una funció expressiva també n'hi ha en els quals la música realitza altres funcions. Únicament amb la funció expressiva hi ha 54 espots

(un 43,9 % dels espots amb música); 67, un 54,47 %, comparteixen la funció expressiva de la música amb alguna altra funció.

Així, dins la mostra analitzada d'espots electorals amb música, hi trobem 31 espots (25,2 %) amb una funció expressiva i estructural en la seva música; 29 espots (23,57 %) amb una funció expressiva i estètica; 4 espots (3,25 %) amb música que realitza una funció expressiva, estètica i narrativa alhora; i, finalment, 3 espots (2,43 %) amb música que desenvolupa unes funcions expressiva i narrativa conjuntament.

Gràfic 5.15 Funcions de la música en els espots electorals



Fora de l'àmbit de la funció expressiva, hi trobem un spot (0,81 %) amb música que realitza funcions estètiques i estructurals i un altre (0,81 %) en què la música aconsegueix únicament una funció estètica.

En negatiu, destaca l'absència d'espots la música dels quals contingui, únicament, una funció estructural o narrativa. Cap música, tampoc, no ha estat valorada amb una funcionalitat ambigua.

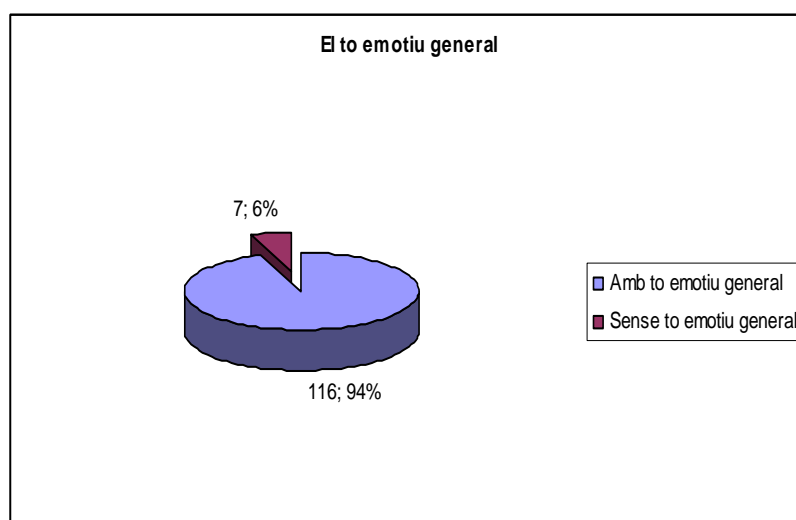
5.3.11 Subfuncions de la música dels espots electorals

En aquest paràmetre hem agrupat les diferents subfuncions de la música especificades dins de les quatre grans categories analítiques (funció *expressiva*, funció *estètica*, funció *estructural* i funció *narrativa*).

Les subfuncions de la música han estat presentades en el quadre resum de les funcions de la música que ja s'ha introduït en el capítol on presentem el mètode analític.

Així mateix que en l'anàlisi de les funcions de la música, en l'observació de les subfuncions en destaca la de *to emotiu general* (dins de les funcions *expressives*). 116 espots dels 123 que contenen música, és a dir, un 94 %, empen aquesta subfunció de la música. Tan sols 7 espots electorals dels que contenen blocs musicals, un 6 %, no inclouen música que realitzi aquesta subfunció.

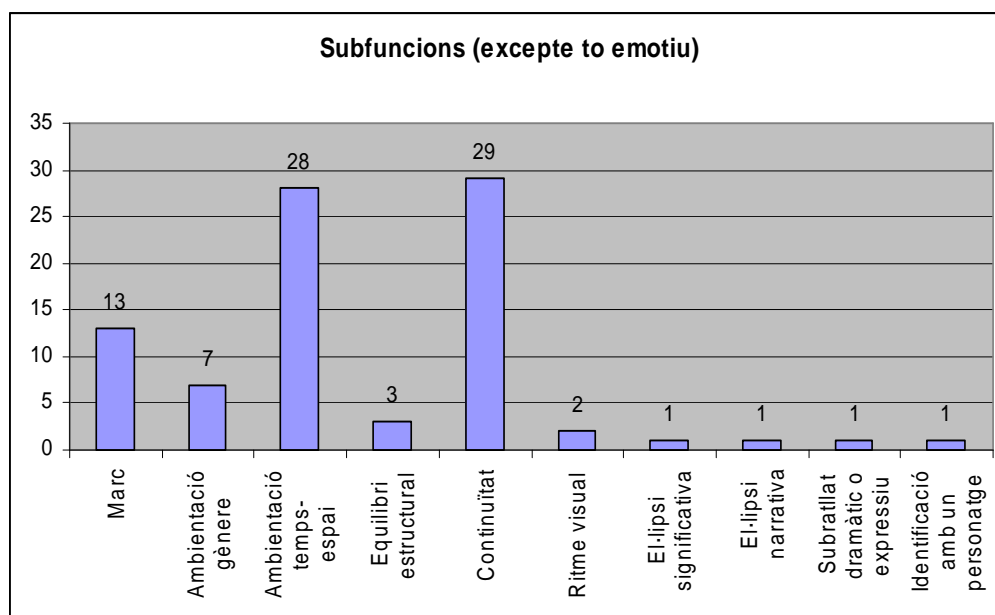
Gràfic 5.16 La subfunció de to emotiu general en els espots electorals



De la mateixa manera que amb les funcions, com que no són categories excloents, d'aquest 94 % d'espots que empen el to emotiu, n'hi ha que, a més a més, també desenvolupen altres subfuncions.

De la resta de subfuncions, en destaca la de *continuitat* (funció *estructural*) amb 29 espots (23,57 %) que inclouen aquesta subfunció en la seva música; la d'*ambientació temps-espai* (funció *estètica*) amb 28 espots (22,76 %) que la contenen; la subfunció de *marc* (funció *expressiva*), present en 13 espots (10,56 %) i, finalment, l'*ambientació de gènere* (funció *estètica*), amb 7 espots (5,69 %).

Gràfic 5.17 Subfuncions de la música en els espots electorals, excepte to emotiu general



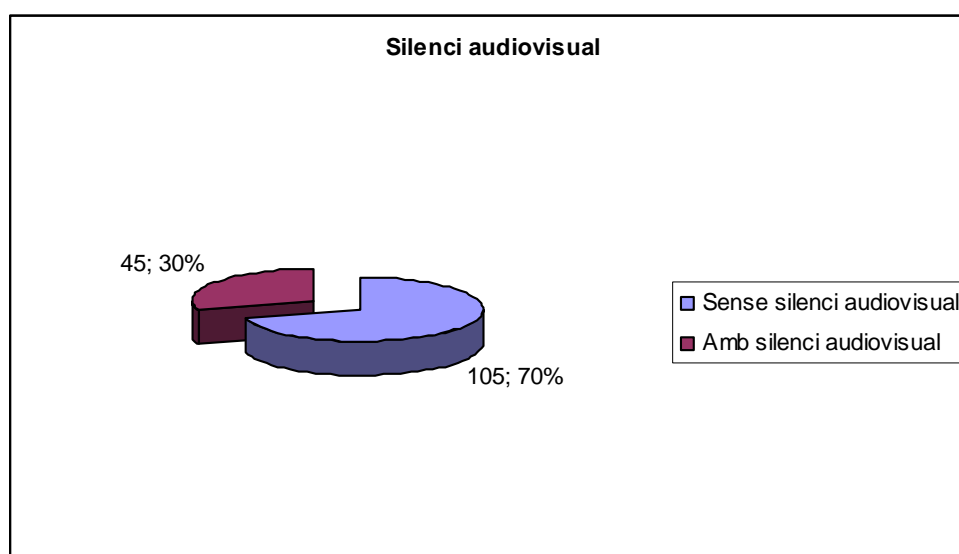
Apareixen també, però de forma mínima, les subfuncions d'*equilibri estructural* (funció *estructural*, tres espots: 2,43 %); la de *ritme visual* (funció *estructural*, dos espots: 1,62 %); i, amb un spot cadascuna (0,81 %), les subfuncions d'*el·lipsi significativa* (funció *narrativa*), *el·lipsi narrativa* (funció *narrativa*), *subratllat dramàtic o expressiu* (funció *expressiva*) i *identificació amb un personatge* (funció *expressiva*).

La funció *expressiva*, la més majoritària, és també la que més subfuncions aporta.

5.3.12 Silenci

Amb aquest paràmetre tan sols mostrem si l'espot conté silencis audiovisuals (sensació de silenci) i en quina quantitat. Així, les etiquetes o categories són: *No n'hi ha*, *N'hi ha un*, *N'hi ha dos*, *N'hi ha tres*, *N'hi ha quatre* i *N'hi ha més de quatre*.

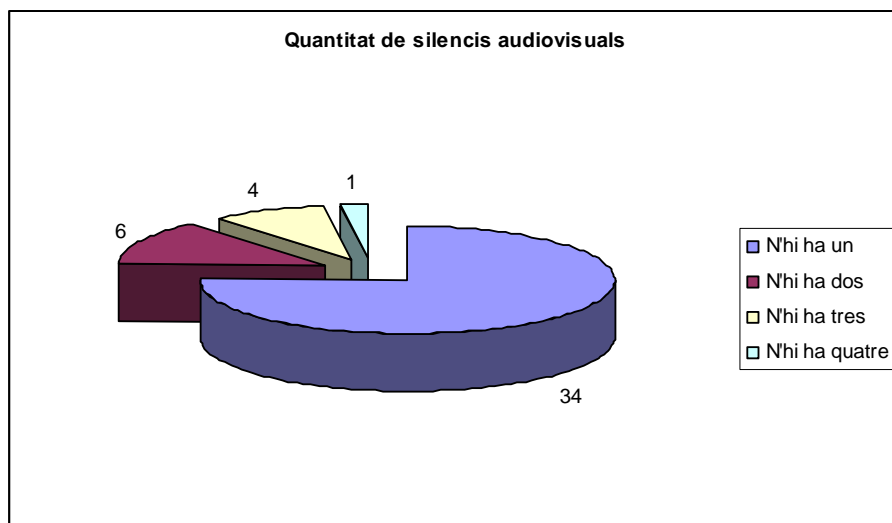
Gràfic 5.18 Presència del silenci audiovisual en els espots electorals



El 70 % dels espots electorals no mostren cap tipus de silenci audiovisual, tal i com els hem definit. Així, fins a 105 espots dels 150 analitzats no inclouen ni un *silenci breu* (pausa), ni un *efecte-silenci*, ni un *flux fortuït* en la seva banda sonora. Un 30 % (45 espots), en canvi, sí que incorporen alguna de les tipologies de silenci audiovisual exposades.

Dins d'aquests 45 espots, 34 (el 75,6 % dels espots que contenen silenci) mostren únicament un silenci audiovisual; 6 espots (13,4 %) en contenen dos; 4 (8,8 %) contenen tres silencis audiovisuals i, finalment, en 1 espot (2,2 %) s'observen fins a quatre silencis audiovisuals.

Gràfic 5.19 Quantitat de silencis audiovisuals en els espots electorals



No s'ha detectat cap espot electoral que mostri més de quatre silencis audiovisuals en la seva banda sonora.

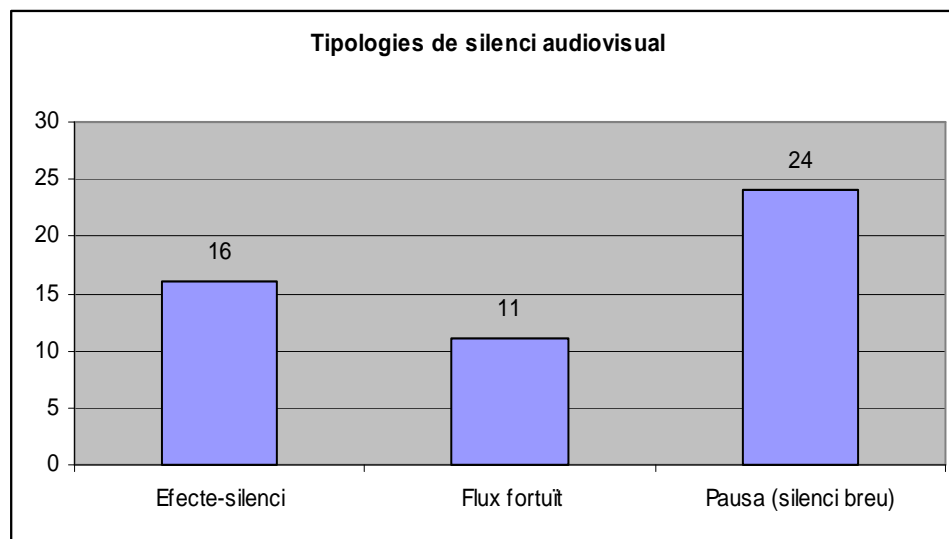
5.3.13 Tipus de silenci

Les categories d'aquest paràmetre són: *No identificat*, *Efecte-silenci*, *Flux fortuït*, *Pausa o silenci breu*. Amb aquest paràmetre volem definir quina tipologia de silenci audiovisual és més habitual en els espots electorals.

A partir de l'anàlisi d'aquest paràmetre en la mostra d'espots electorals amb silenci audiovisuals observem que hi ha 24 espots que contenen al menys una *pausa o silenci breu*. Aquests representen el 53,3 % dels espots que contenen silenci audiovisual, però tan sols un 16 % del total de la mostra analitzada (150 espots).

En segon lloc, 16 espots contenen l'*efecte-silenci*, és a dir, un 35,5 % dels espots que contenen silenci audiovisual (un 10,6 % del total d'espots analitzats). Igualment, el *flux fortuït* es troba en 11 espots, xifra que representa més d'un 24,4 % dels espots que mostren alguns tipus de silenci audiovisual (per bé que un 7,3 % de la totalitat de la mostra analitzada).

Gràfic 5.20 Tipologies de silenci audiovisual en els espots electorals



Combinant aquestes dades amb les del paràmetre anterior (*Silenci*, quantitat de silencis) entenem que hi ha espots que poden contenir diversos tipus de silenci audiovisual alhora.

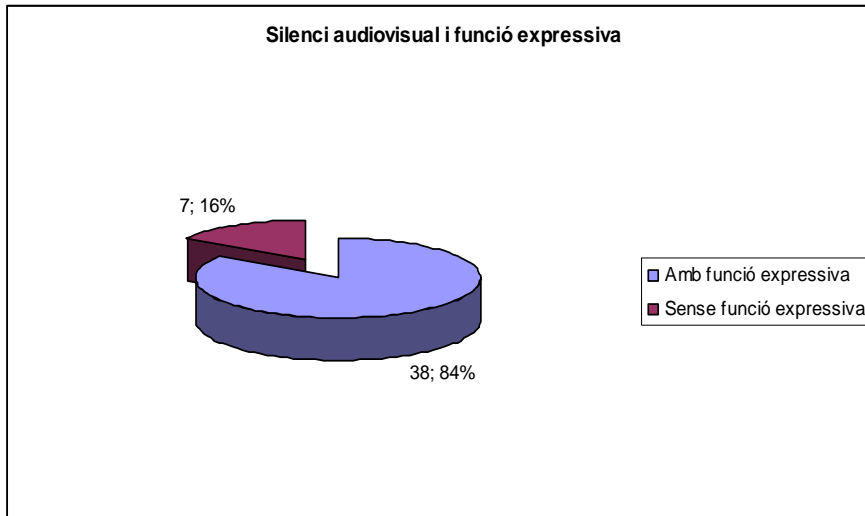
Sigui com sigui, la forma de silenci més habitual en els espots electorals és la *pausa o silenci breu* seguida per l'*efecte-silenci*.

5.3.14 Funcions del silenci

En aquest paràmetre recollim tan sols les funcions genèriques, les més generals, que realitzen els silencis audiovisuals en els espots electorals. Hem dividit el paràmetre en cinc categories com hem fet amb les funcions de la música: *ambigua*, *funcions expressives*, *funcions estètiques*, *funcions estructurals* i *funcions narratives*.

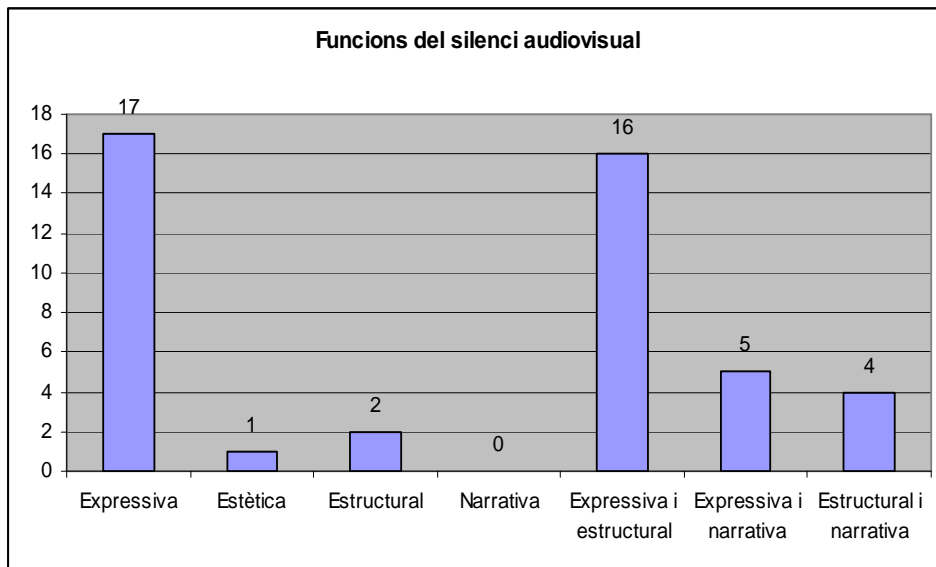
D'entrada, dels 45 espots que contenen silenci audiovisual, 38 (el 84 %) disposen d'un silenci audiovisual que exerceix una funció expressiva. Tan sols 7 espots (el 16 %) no contenen un silenci audiovisual amb aquesta funció.

Gràfic 5.21 La funció expressiva en el silenci audiovisual dels espots electorals



Tanmateix, el silenci audiovisual pot desenvolupar, alhora, altres funcions ja que aquestes no són categories excloents. D'aquesta manera, 17 espots (37,7 %) contenen silenci audiovisual amb només una funció expressiva; 16 espots (35,5 %) contenen silenci audiovisual que realitza funcions expressiva i estructural alhora; i, pel que fa als espots amb funció expressiva, 5 espots (11,11 %) disposen de silenci audiovisual que exerceix conjuntament funcions expressiva i narrativa.

Gràfic 5.22 Les funcions del silenci audiovisual en els espots electorals



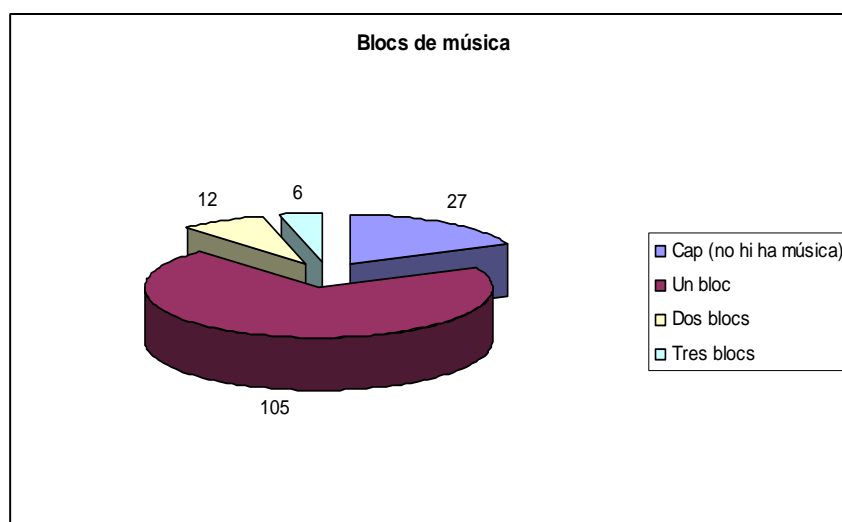
Per altra banda, dels espots que no contenen silenci audiovisual amb funció expressiva, en destaquen els que combinen la funció estructural del silenci amb la narrativa; són 4 els espots que incorporen aquesta combinació (8,88 %).

S'observa un spot (2,22 %) amb silenci audiovisual que desenvolupa exclusivament una funció estètica, i, per altra banda, dos espots (4,44 %) amb un silenci audiovisual que destaca únicament per realitzar una funció estructural. Cal fer notar, també, l'absència d'espots que continguin un silenci audiovisual amb tan sols la funció narrativa, aquesta funció sempre s'acompanya de la funció expressiva en el cas dels silencis audiovisuals en els espots analitzats.

5.3.15 Blocs

En aquest paràmetre analitzem i classifiquem els espots electorals segons la quantitat de blocs musicals que inclouen en la seva banda sonora. Tal i com s'ha apuntat a l'inici d'aquest apartat (vegeu el gràfic 5.4), el 82 % dels espots analitzats contenen almenys un bloc musical. És a dir, 123 espots d'una totalitat de 150 que componen la mostra d'anàlisi incorporen música, mentre que 27 (18 %) no ho fan.

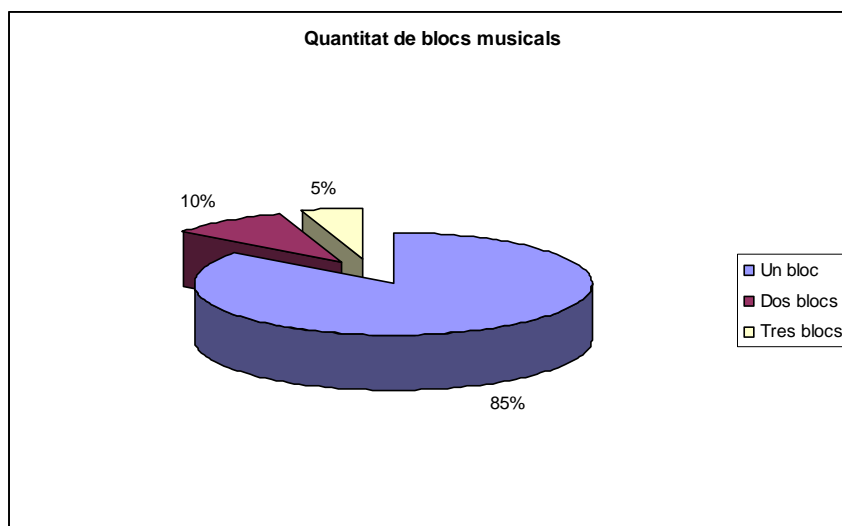
Gràfic 5.23 Quantitat de blocs de música en els espots electorals



Així, de la totalitat de la mostra (150 espots), 105 tenen únicament un bloc (70 %), 12 en tenen dos (8 %), i 6 en tenen tres (4 %). No hi ha cap spot que contingui més de tres blocs musicals.

Els 123 espots (82 % del total) que contenen música es divideixen en un 85 % que conté només un bloc musical (105 espots), un 10 % que conté dos blocs musicals (12 espots), i, finalment, un 5 % que disposa de fins a tres blocs musicals (6 espots).

Gràfic 5.24 Quantitat de blocs musicals en els espots electorals amb música



Dins de l'anàlisi d'aquest paràmetre es veu clarament que hi predomina l'existència d'un sol bloc musical entre aquells espots electorals que contenen música en la seva banda sonora.

Per a concloure aquest capítol resumim els resultats de l'anàlisi realitzada a partir dels 150 espots electorals seguint el protocol conjunt explicat en el capítol 4.

D'aquest centenar i mig d'espots electorals, la majoria són de l'any 2000 en endavant i de països occidentals (Europa i Amèrica del Nord).

Hi predominen els espots amb música (82 %) i, específicament, els que empen música de la categoria *música simfònica/de cambra* (34 %); a continuació trobem aquells que inclouen música *Pop* (17 %). Els tempos més habituals són *alegre* (44,7 %) i *moderat* (34,95 %).

D'altra banda, la funció articuladora de la música és *secundària* (59,6 %); la justificació òptica és *irreal* (95,5 %); la coherència argumental és *aliena* (98,3 %); la interacció semàntica *convergent anímica* (73,98 %), encara que també es trobi combinada amb d'altres tipologies d'interacció; la ubicació al muntatge es fa a través del bloc *genèric* (78 %); la ubicació a la narració es produeix mitjançant el tema *circumstancial* (96,7 %), i el pla auditiu habitual del bloc musical és el *segon pla* (49,59 %).

Alhora, el 98 % dels espots que contenen música disposen de música amb una funció *expressiva* i, dins d'aquesta funció, en destaca la subfunció de *to emotiu general* (94 % dels espots).

La majoria d'espots no contenen *silenci audiovisual* i tant sols el 30 % en mostra alguna tipologia. D'aquest 30 %, el 75,6 % disposa únicament d'un *silenci audiovisual*.

La tipologia de silenci més generalitzada en els espots electorals és la *pausa o silenci breu* (53,3 % dels espots que tenen silenci), seguida de l'*efecte-silenci* (35,5 %).

També la funció *expressiva* (84 %) és la més habitual en el *silenci audiovisual* de la mostra analitzada.

Finalment, el 70 % dels 150 espots tenen únicament un bloc musical, mentre que el 8 % en tenen dos. No hi ha cap que tingui més de tres blocs.

El silenci és l'element
en el qual es formen
totes les coses grans

Thomas Carlyle, historiador i assagista

El veritable poder
dels mitjans massius rau aquí:
són capaços de redefinir la normalitat

Michael Medved, periodista, escriptor i crític de cinema

Models

6.1 Introducció

En aquest capítol es presenten els diferents models de relació entre la música, el silenci i la imatge que s'han apreciat en l'anàlisi de les dades obtingudes d'aplicar el protocol conjunt als 150 espots electorals.

En primer lloc, s'han presentat els models generals de relació entre la banda sonora i la imatge i es realitza una correlació entre els diferents models i les característiques generals dels espots. També s'exposen uns taules d'anàlisi de les variants –submodels– de cada model establert.

En segon lloc, s'han realitzat i s'argumenten uns models funcionals; és a dir, sobre les funcions de la música i el silenci en els espots electorals. S'estableix també una vinculació amb els models anteriors.

En tercer lloc, es marquen unes línies generals per a l'estudi i posterior construcció d'uns models sobre la relació entre la música i el silenci i les figures lògico-argumentatives, és a dir, entre la banda sonora musical i l'estructura argumentativa filosòfica.

En quart lloc, es defineix un prototip o model general com a síntesi dels valors majoritaris observats en cada paràmetre. Aquest resum marca les tendències generals en els espots electorals respecte la seva música i el silenci.

Per tancar el capítol, s'aporten unes reflexions generals sobre el procés de modelització. Alhora, es sintetitzen unes conclusions parcials d'aquest procés.

6.2 Models de relació entre la banda sonora i la imatge

En aquest punt, quan parlem de banda sonora incloem –bo i seguint la definició de Lluís i Falcó⁴²⁰– tant la música, com el silenci, la veu, els sorolls i els efectes especials. Tanmateix, per l'interès d'aquest treball, els models es focalitzen exclusivament en la música, la veu i el silenci⁴²¹.

Quant a la construcció dels models, ens hem fixat bàsicament en la funció protagonista –estructuradora, constitutiva– de cadascun dels components de la banda sonora. Atenem, per tant, els resultats de la funció articuladora. Aquest paràmetre ha estat analitzat quantitativament tant sols per a la música i la imatge. A la vegada, però, sí que hem realitzat una observació qualitativa complementària.

En correlació coherent amb aquest paràmetre es troba també el pla auditiu. En la majoria dels casos, quan la música adopta una funció articuladora secundària, també es disposa en un segon pla auditiu, i quan adopta una funció articuladora protagonista, en primer pla auditiu.

⁴²⁰ LLUÍS i FALCÓ: 1995, p. 170.

⁴²¹ De fet, tampoc no s'ha trobat cap cas significatiu d'un model basat en efectes especials o sorolls.

Així, si en un 56,9 % dels espots que tenen música (70 exemples) la música actua amb una funció articuladora secundària i en un 40,6 % (50), amb funció protagonista⁴²², el pla auditiu no dista gaire d'aquestes xifres: un 49,59 % d'espots (61) presenten la música en un segon pla i el 36,58 % (45) la presenten en primer pla. Cal tenir en compte que en 16 dels espots (13 %), la música alterna el seu pla auditiu, marge que s'ajusta i complementa les xifres de la funció articuladora⁴²³.

Taula 6.1 Correlació entre la funció articuladora i el pla auditiu de la música

	Funció articuladora	Pla auditiu
Protagonista/ Primer pla	40,6 % / 50	36,58 % / 45
Secundària/ Segon pla	56,9 % / 70	49,59 % / 61

Els altres paràmetres referents a les relacions narratives o semàntiques poden ser complementaris dels models que s'estableixin respecte la funció articuladora, és a dir, no tenen perquè condicionar-la. A priori, no ha d'influir una interacció semàntica convergent o divergent en la qualitat protagonista o secundària de la funció articuladora. Per tant, aquests altres paràmetres com la ubicació a la narració, la coherència argumental, la interacció semàntica o la justificació òptica, no s'han tingut en compte en la configuració d'aquests models bàsics de relació entre la banda sonora i la imatge, encara que poden aportar matisos per a desenvolupar submodels o variants.

Sí que es pot establir una tendència o una relació més vinculant entre els models sorgits de la funció articuladora i, per exemple, la ubicació al muntatge. Si entenem que una funció articuladora protagonista té la missió d'estructurar i articular el conjunt del producte, hem d'arribar a la conclusió que la forma d'ubicació al muntatge hauria de ser una que facilités la inclusió de blocs de

⁴²² Hi ha tres espots amb una funció articuladora mixta (2,5%).

⁴²³ També hi ha un spot amb pla auditiu mixt, és a dir, diferent en blocs diferenciats (0,83%). Vegeu el capítol 5. Resultats.

música llargs i extensos per poder desenvolupar, precisament, aquesta idea d'unió i estructuració.

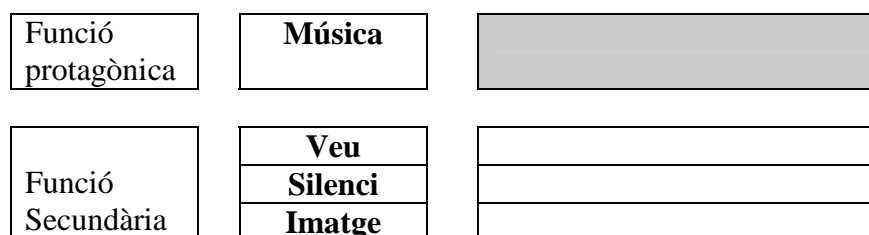
Tanmateix, els resultats no mostren una diferenciació correlativa entre la ubicació al muntatge en els espots la música dels quals té una funció articuladora protagonista i aquells altres en què disposa d'una funció articuladora secundària. 118 espots (un 95,9 %) contenen un bloc llarg (genèric o seqüència) i, per tant, no es diferencia en aquesta xifra la divisió entre les dues opcions de la funció articuladora. La majoria dels blocs musicals dels espots electorals –també degut a la seva durada i format– són qualificats com a portadors d'una música possiblement llarga o continuada.

Aquesta preeminència dels blocs llargs es pot relacionar amb el predomini – que més endavant explorarem en l'apartat 6.3. Models funcionals– de la funció expressiva de to emotiu general. Per marcar el to emotiu general d'un espot, és necessari, lògicament, que la música ocupi una gran part d'aquest espot –en cas contrari el to no seria general, sinó que seria parcial o relacionat amb un pla o seqüència concreta. El domini de la funció expressiva de to emotiu general pot relacionar-se coherentment, doncs, amb l'existència d'una ubicació al muntatge amb majoria de blocs llargs (genèrics o seqüència). Malgrat això, com ja apuntàvem anteriorment, aquesta relació és paral·lela o complementària, però no influent en la creació dels models respectius de la funció protagonista.

6.2.1 El model de música protagonista

Es poden establir tres models generals de relació entre la banda sonora i la imatge en els espots electorals. El primer correspon a una funció articuladora protagonista de la música, en el qual aquesta guia i estructura l'espot i, fins i tot, en alguns exemples, el significat. El fet d'estructurar l'espot no és incompatible amb desenvolupar, a la vegada, una funció expressiva de to emotiu general. La música pot organitzar estructuralment i marcar el to emotiu al mateix temps. Una acció correspondria a la dimensió de la música més perceptiva o acústica i l'altra, el to, a la seva dimensió més interpretativa o connotativa.

Gràfic 6.1 Representació gràfica del model de música protagonista



N'és un exemple clar, l'espot institucional per al foment de la participació a les eleccions del 2007 de Corea del Sud. Aquest spot empra també un tema molt conegut de la pel·lícula *Sonrisas y lágrimas* (*The Sound of Music*, Robert Wise, 1969). Concretament canvien la lletra al tema *Do-Re-Mi*, amb música original de Richard Rodgers i lletra (en aquest cas substituïda), d'Oscar Hammerstein. La música articula tant el missatge com el muntatge i el moviment interior de les imatges.

També seria un bon exemple de música protagonista –pel que fa al muntatge i semànticament– l'espot electoral del candidat de l'ultradreta francesa Jean-Marie Le Pen, del Front National, a les eleccions de 1999 (França).

Taula 6.2 Taula classificatòria dels submodels de la música protagonista

Model de la música protagonista			
		Una sola música	Vàries músiques
Missatge a la lletra del tema musical			
Missatge a les imatges	Fixes		
	En moviment		
Missatge en el llenguatge escrit			

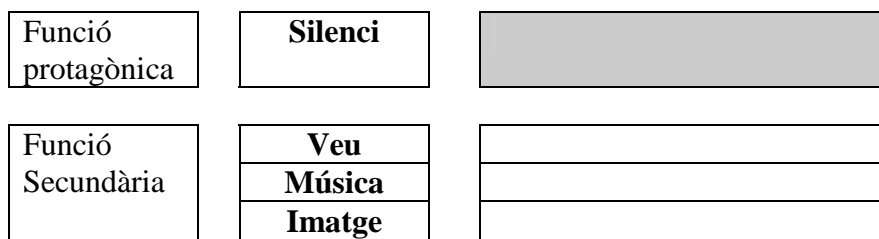
La música pot cedir algun moment un espai per a la veu. La imatge, òbviament, tractant-se d'un producte audiovisual, és constant, però està supeditada al ritme

i a l'articulació musical. El silenci, en aquest cas, és quasi inapreciable durant el desenvolupament del bloc musical, però pot tenir presència abans i/o després d'aquest. Aquestes variants conformaran diferents submodels.

6.2.2 El model del silenci protagonista

Un segon model és el que atorga la funció articuladora protagonista al silenci audiovisual. Cal recordar que aquest paràmetre, la funció articuladora, Lluís i Falcó el crea pensant únicament en la música. Tanmateix, si n'extraïem la seva essència, se'l pot adaptar per a altres codis de la banda sonora.

Gràfic 6.2 Representació gràfica del model del silenci protagonista



El model del silenci audiovisual com a articulador de l'espot té quatre característiques destacades.

En primer lloc, és un model minoritari i escàs. El trobem en espots com el de la precampanya del PSC per a les eleccions europees de 2009 i també en la precampanya de CiU per als mateixos comicis.

El segon tret característic és que el tipus de silenci és *flux fortuït*, és a dir, una sèrie de sorolls o sons de molta baixa intensitat, quasi imperceptibles, que creen un coixí silenciós d'ambient tot al llarg de l'espot. La sensació que provoca és la d'un ambient natural, de context real i tranquil o aïllat⁴²⁴.

⁴²⁴ No és així en el cas de l'espot de CiU al qual fem referència. Pot tenir una connotació d'aïllament, però en un sentit brus i violent. L'espot pregona que en el cas de no fer sentir la teva veu no es solucionen els teus problemes. Per tant, el silenci és un desavantatge, una limitació, un fet negatiu.

En tercer lloc, el missatge polític de l'espot el podem trobar, amb dues variants: o bé en un sentit metafòric extret de les connotacions i denotacions de les imatges reproduïdes, o bé de textos gràfics amb llenguatge escrit. És clar que, per a què el silenci audiovisual sigui protagonista, no hi ha d'haver ni música, ni sorolls o efectes especials, ni veu.

Taula 6.3 Taula classificatòria dels submodels de silenci protagonista

Model del silenci protagonista					
Missatge polític		Imatges		Llenguatge escrit	Mixt
		Fixes	En moviment		
Sense irrupcions acústiques					
Amb irrupcions acústiques	De veu				
	De sorolls				
	De música				

En el cas de la veu, pot presentar-se com a forma d'irrupció de llenguatge oral, és a dir, assumint més el paper d'efecte que no de discurs. D'aquesta manera es manté el silenci audiovisual com a rerefons articulador. És el cas de l'espot ja comentat de CiU en la precampanya de 2009. La presència o no d'aquests petits *inputs* sonors –en aquest cas la veu, però podrien ser sorolls o fins i tot música– pot crear i conformar les variants d'aquest model.

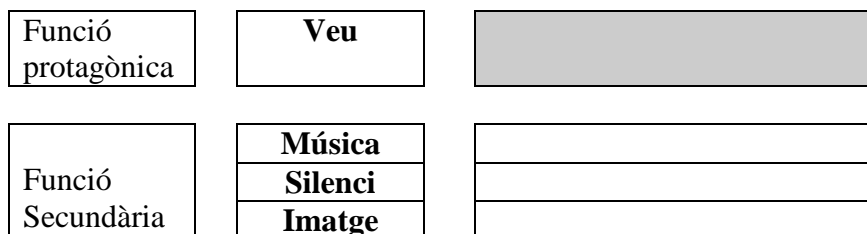
I, com a última característica, la imatge ha de cedir la capacitat articuladora al silenci audiovisual ja que, com a producte audiovisual, tots dos codis estan presents simultàniament. Per tant, la imatge ha de ser de seqüències llargues, asèptiques rítmicament, o bé amb un muntatge suau que no busqui marcar visualment una estructura o un ritme. Aquest paper estructurador el farà el silenci audiovisual. En aquest model, per tant, hi predominen plans seqüència llargs amb poc moviment interior o bé amb un moviment irregular, desendreçat.

6.2.3. El model de veu protagonista

Aquest model situa el llenguatge oral, la veu –que pot ser en *off* o bé amb una justificació òptica real⁴²⁵– amb una funció articuladora protagonista. És la veu, doncs, la que articula, estructura i condueix el conjunt de l'espot.

Són exemples d'aquest model l'espot institucional per promoure la participació a les eleccions de 1979 a Espanya, en el qual es combinen dues veus diferents; el també institucional a Nicaragua promovent el vot en els comicis de 2006, amb múltiples veus; l'espot de la campanya del candidat Johnson a la presidència d'Estats Units el 1964, amb veu en *off*; l'anunci del Partit de la Llei Natural (Natural Law Party) a les eleccions del Regne Unit de 1994, amb un bust parlant; i, finalment, l'espot de Michael Bloomberg, candidat local republicà (Republican Party) a les eleccions de 2005 a Estats Units, amb una veu narrativa en *off* (alternant amb testimonis presencials) i una música amb funció estètica en segon pla auditiu.

Gràfic 6.3 Representació gràfica del model de veu protagonista



La presència o no d'una veu en *off* provoca tres submodels. Un amb la totalitat de la veu –a mode de narrador– en *off*, amb un presentador no visible. Un altre amb la totalitat de l'emissor de la veu visible. I finalment, un model mixt, amb un bloc de veu amb la justificació òptica real i altres blocs amb la justificació òptica irreal.

Un altre factor que crea submodels és la presència o no de música en funció articuladora secundària. Si hi ha música, aquesta es troba en un segon pla

⁴²⁵ Novament, aquest paràmetre Lluís i Falcó el dedica exclusivament a la música però es pot adaptar i traslladar a altres codis acústics com la veu.

auditiu generalment i coherent amb el model. Si no hi ha música, el silenci audiovisual pot agafar algun moment de protagonisme.

Taula 6.4. Taula classificatòria dels submodels de veu protagonista

Model de la veu protagonista					
		Veü en off		Veü amb justificació òptica real	
		Una veü	Vàries veus	Una veü	Vàries veus
Amb música					
Sense Música	Amb silenci				
	Sense silenci				

El model amb la imatge protagonista també existeix, però la nostra anàlisi es centra en la banda sonora i, per tant, aquest quart model el deixem a banda. Tan sols a mode d'aproximació: un model amb la imatge en funció articuladora protagonista vol dir que atorga la capacitat d'estructura i d'organització del producte audiovisual a la imatge.

En aquest sentit, una primera variant d'aquest model es basaria en un muntatge rítmic visual molt condicionat i vinculat al contingut icònic de les imatges; si el ritme visual i de muntatge no estigués marcat decididament pel contingut icònic (per exemple: un ballarí ballant, una atleta saltant o qualsevol imatge de quelcom en moviment), sempre quedaria la confusió sobre quin codi marca el ritme i la funció articuladora (si la imatge o bé la música –si n'hi ha–). Els plans o seqüències poden ser llargs i regulars, però el ritme interior condiciona el muntatge de l'espot.

Una segona variant del model de la imatge protagonista seria aquell basat en un muntatge agosarat, brusc, molt incisiu conceptualment. Un muntatge visual que busca protagonisme sempre delegarà la funció protagonista a la imatge.

6.3 Models funcionals

En aquest punt resumim les funcions atribuïdes amb més freqüència a la música i el silenci en el marc dels espots electorals que hem analitzat. En primer lloc, però, cal distingir les funcions de la música de les del silenci ja que no han d'estar obligatòriament vinculades ni coordinades. En segon lloc, després de presentar la tendència més general –la qual també quedarà incorporada en el model general que es presenta en l'apartat següent– cal apuntar altres models o funcions alternatives, encara que segons l'anàlisi, no siguin predominin en aquesta mostra.

6.3.1 Models funcionals de la música

La música dels espots electorals mostra una tendència clara cap a una funció emotiva general. Aquest paper es veu recolzat per les característiques de la interacció semàntica (73,98 %, convergent anímica) i pel predomini de la funció expressiva, sobretot de la subfunció de to emotiu general (94 %). Aquesta tendència general es veu reflectida en exemples com l'espot de Ronald Reagan (Republican Party) en les eleccions de 1984 (Estats Units), on la música connota un to de recança i por i fins i tot insinua els batecs del cor; o l'espot institucional de Catalunya per a les eleccions del 2006 al Parlament, amb una música que transmet quotidianitat i normalitat en l'acte de votar.

Un segon model funcional de la música en els espots electorals és la funció estructural. Aquest segon model es fa patent sobretot mitjançant la subfunció de continuïtat i, a molta més distància, d'equilibri estructural. La subfunció de continuïtat dona unitat a tota una sèrie de codis acústics i visuals sota el paraigües d'un mateix bloc musical. La música atorga una forma conjunta a la seqüència o producte. Aquesta subfunció és especialment útil i recurrent en espots amb més d'una veu o amb una combinació de diferents escenes i situacions mitjançant un ritme àgil. És un exemple d'aquest model de continuïtat l'espot de Fundación Generación Libre, Espanya/Argentina, del 2008, on la música emmarca la intervenció de diverses expressions orals i accions.

Taula 6.5 Models funcionals de la música en els espots

Model funcional	Funció específica
Model expressiu	Funció de to emotiu general
Model estructural	Funció de continuïtat
Model estètic	Funció d'ambientació de temps i espai
Model corporatiu	Funció marc; identificació corporativa

Finalment, un tercer model destacat és el de la funció estètica, sobretot en la seva subfunció d'ambientació de temps i espai. La música, dins d'aquest model, empra les seves connotacions socioculturals per transmetre el concepte contextual d'un temps (històric, d'una situació determinada) o bé d'un espai (geogràfic, cultural, ètnic). Aquesta és una funció molt utilitzada per definir la relació amb un col·lectiu ètnic o bé per situar la comunicació electoral respecte el seu públic objectiu o col·lectiu social preferent.

Són exemples clars d'aquest model funcional l'espot ja esmentat anteriorment de Michael Bloomberg (Republican Party, Estats Units) al 2005, amb una ambientació estètica de l'època medieval; l'espot de Bill Richardson (Democratic Party, Estats Units) al 2006, amb un bloc musical que ens ubica en una producció cinematogràfica (en referència al gènere de la producció) i concretament en un western; o bé, l'espot del Partit Socialista d'Euskadi (PSE), amb Patxi López de candidat al 2005, on la música mostra una estreta relació amb la cultura i "ètnicitat" del país, amb una instrumentació que inclou, per exemple, la *txalaparta*⁴²⁶.

Un altre model funcional especialitzat, encara que minoritari en els espots analitzats, és el de la música corporativa, música composta per representar

⁴²⁶ Instrument ètnic del País Basc.

una formació política específica⁴²⁷. La música pot aparèixer al principi o al final de l'espot, com una introducció-presentació o bé com una conclusió-recordatori, i pot emergir amb una veu que comenta el missatge en primer pla o bé sense veu, directament complementant el logotip i marca de la formació. Si apareix amb veu, normalment ho fa en segon pla i pot variar a primer pla en els darrers segons. Si apareix sense veu, normalment ho fa en primer pla auditiu i amb una funció articuladora protagonista i amb una funció també estructural, ja que delimita i indica el final, la coda, de l'espot electoral.

Són exemples d'aquest model funcional els espots del Partido de la Revolución Democràtica, Mèxic, 2006; o l'anunci electoral de Movimiento V República, a Veneçuela, 2006, en aquest cas, amb un fragment musical a l'inici de l'espot, sense veu, que marca el ritme de la veu que apareix a continuació.

6.3.2 Models funcionals del silenci audiovisual

En les funcions que desenvolupa el silenci audiovisual en els espots electorals també trobem un predomini de la funció expressiva (84 %). Tanmateix, també abunden els exemples en què hi predomina la funció estructural i la narrativa.

Com a model, la funció expressiva adopta en la majoria d'ocasions una forma de funció reflexiva o d'atenció sobre el logotip o marca del partit polític, ja sigui al principi o al final de l'espot. Sovint, doncs, aquesta funció simultània d'èmfasi i parèntesi que realitza en ocasions la música corporativa tot acompanyant la introducció o el comiat amb el logotip, també la realitza el silenci audiovisual. El fet de complementar la presentació del candidat o de la imatge del partit amb un silenci audiovisual prepara un marc sociopolític per establir-hi el discurs i el missatge, així com la narració. El silenci inicial trenca amb el flux d'anuncis –electorals o no– anteriors i prepara l'espectador per a l'espot, emmarcant-lo en la formació que el presenta.

⁴²⁷ També hi ha la variant que consisteix en adaptar un tema musical conegut i popular als lemes del partit i fer servir aquest tema com a música corporativa i de campanya. És el cas de l'espot de CiU i de l'Australian Liberal Party ja esmentats.

El silenci audiovisual final, de coixí del logotip o del candidat, té una funció també de separació del flux anterior i posterior, estructural, però alhora aporta una connotació molt forta de reflexió, de necessitat d'un espai per interioritzar i reflexionar sobre les idees aportades per l'espot. El silenci audiovisual reflexiu final és un gran vincle, una connexió directa, amb l'espectador.

Taula 6.6 Models funcionals del silenci audiovisual en els espots electorals

Model funcional	Funció específica
Model expressiu	Funció de marc reflexiu o presentació
Model expressiu	Subratllat dramàtic
Model estructural	Equilibri estructural i enllaç
Model narratiu	El·lipsi narrativa o significativa

Serien exemples d'aquest model funcional els espots del Labour Party del Regne Unit en les eleccions de 1997; l'espot de Barack Obama (Democratic Party) l'any 2008 als EUA; o bé l'anunci electoral de la formació OUP de Grècia, el 2006.

Una segona funció específica del model expressiu seria la del subratllat dramàtic. En aquest model, el silenci audiovisual, generalment enmig del discurs acústic de l'espot⁴²⁸, genera o bé una expectativa –si retarda alguna aparició esperada–, o bé sorpresa i reflexió –si apareix posteriorment a l'element que emfatitza. Els tipus habitualment emprats en aquest model són l'*efecte-silenci*, per a un subratllat marcat, o bé el silenci breu per a realitzar un matís suau sobre l'element discursiu en qüestió.

Són espots que inclouen silencis que coincideixen amb aquest model funcional, l'anunci electoral de Bill Richardson (Democratic Party, EUA., 2006), en el qual aquest demana, vestit de cowboy, un got de llet i li correspon un silenci audiovisual; l'espot del Labour Party (Regne Unit, 2007), on el silenci va

⁴²⁸ Discurs a través de llenguatge oral, o bé de la música o altres codis acústics.

remarcant les errades en l'elecció del vot de la protagonista; i l'ús de breus silencis articuladors i emfatitzadors de la paraula del candidat Antoni Duran i Lleida a l'espot de CiU en les eleccions al Congrés dels Diputats espanyol de 2004.

El model funcional de silenci audiovisual estructural pot actuar al principi, al final o bé enmig de l'espot. Un silenci audiovisual identifica, diferencia i separa les parts de l'espot: introducció, blocs discursius interiors, o coda-comiat final. Aquest és un model funcional que trobem en combinació amb l'expressiu, que emfatitza la marca a la presentació o bé al final. Tenen un rol estructural més diferenciat, és clar, aquells silencis audiovisuals que apareixen al bell mig de l'espot. La tipologia de silenci audiovisual més freqüent en aquest model és el flux fortuït.

L'espot del Partido Patriota (Guatemala, 2007), per exemple, empra un silenci audiovisual d'introducció i contrast amb el missatge posterior. Igual que l'espot del Socialistische Partij (Holanda, 2008). L'anunci electoral del candidat Jim Doyle-Lawton (Estats Units, 2006) empra el silenci audiovisual tant al principi com al final. El silenci de l'espot ja citat de Duran i Lleida (Catalunya, 2004), a banda d'emfatitzador, és un silenci que articula el discurs en els seus trams intermedis.

Finalment, el model funcional narratiu inclou un silenci audiovisual que realitza una el·lipsi narrativa o una el·lipsi significativa. La sensació de silenci en aquest model substitueix la presentació d'un element narratiu o bé d'un concepte o significat. N'és un clar exemple el del PDS (Alemanya, 2004) en el qual el silenci audiovisual representa "els altres", el col·lectiu confrontat; o bé el ja esmentat del Labour Party (Regne Unit, 2007) en què el silenci és l'errada o el penediment d'haver errat.

Hem comprovat com, a part d'un model funcional dominant, tant la música com el silenci poden desenvolupar altres funcions a través d'unes característiques específiques. En la música dels espots electorals hi predomina

la funció expressiva de to emotiu general, però també realitza les funcions de continuïtat, ambientació de temps i espai i d'identificació corporativa o marc discursiu.

El silenci audiovisual, per la seva banda, també exerceix predominantment la funció expressiva, en aquest cas, establint en l'espot un marc reflexiu o de presentació. Alhora, però, també desenvolupa els models funcionals de subratllat dramàtic –amb expectativa o sorpresa–, d'equilibri estructural o enllaç i d'el·lipsi narrativa o significativa, substituint algun element del discurs i/o la narració.

Com ja s'ha vist, cada model funcional comporta una tipologia associada de música o silenci i la seva incorporació habitual i regular en un segment del producte audiovisual.

6.4 Model sobre la música i l'estructura lògico-argumentativa

En aquest apartat apuntem tan sols unes reflexions sobre possibles modelitzacions de les relacions entre la música i el silenci audiovisual i l'argumentació retòrica i persuasiva dels espots electorals. L'estudi d'aquesta relació, de quina manera la música intervé i es relaciona amb les estructures retòrico-argumentatives, requereix d'una anàlisi més profunda. Tanmateix, es poden indicar algunes tendències detectades que poden servir de base per a recerques posteriors.

Les indicacions bàsiques que aquí presentem es centren únicament en un nivell argumentatiu de microestructures retòriques⁴²⁹, és a dir, en la relació d'un conjunt de proposicions semàntiques. També observem alguna generalització en l'àmbit de les superestructures retòriques, és a dir, en la diferenciació i

⁴²⁹ “Llenguatge amb el qual es manifesten les idees trobades i estructurades en nivells textuais més profunds”. Són microestructures retòriques la metàfora, la metonímia, la sinèdoque, l'antítesi, l'el·lipsi i la repetició (CAPDEVILA: 2004, p. 122-124).

distribució de les parts del discurs⁴³⁰. En el nivell inicial que assenyala Capdevila, de l'anàlisi de la música i el silenci en els espots sorgeixen tres àmbits de relació: la divisió retòrica de les parts del discurs, la diferenciació de l'aportació política i la identificació d'un “nosaltres” i un “ells”.

Gràfic 6.4 Representació dels models de diferenciació de les parts del discurs

	Exordi	Narració	Argumentació	Conclusió
Model 1	Música 1	Música 2	Música 2	Música 1
Model 2	Música 1	Música 2	Música 2	Música 3
Model 3	Silenci	Música 1	Música 1	Música 2
Model 4	Silenci	Música 1	Música 2	Silenci
Model 5	Música 1 o silenci	Veü	Veü	Música 1 o silenci

En el cas de la divisió per parts, s'observa la possibilitat d'incloure un bloc de música diferenciat, sovint corporatiu, que realitzi una funció estructural i expressiva de senyalització del marc comunicatiu, és a dir, de presentació de la marca o logotip del partit. Aquesta funció d'obertura i de presentació, que s'identifica amb l'exordi de la retòrica clàssica, també pot ser desenvolupada pel silenci audiovisual, el qual encobreix la imatge i lema del partit o del

⁴³⁰ En el nivell de les superestructures retòriques, segons Capdevila, es produeix “la distribució de les diferents estructures semàntiques al llarg del text”. És a dir, que el discurs persuasiu polític, en aquest cas de l'espot electoral, “s'organitza en una sèrie de parts dins de les quals s'hi pot situar uns determinats arguments” (CAPDEVILA: 2004, p.124-125). Les parts del discurs són exordi, narració, argumentació i conclusió.

candidat (ERC, Catalunya, 1999; Aznar, PP, Espanya, 1995; Gran Alianza Nacional, Guatemala, 2007).

La mateixa fórmula d'una música breu, bloc genèric o bloc seqüència, corporativa i diferenciadora es pot trobar al final, com a coda i tancament de l'espot –conclusió–, emparant també la imatge institucional del candidat o de la formació política. Igualment, sovint aquesta funció la duu a terme un silenci audiovisual de duració mínima de tres segons, és a dir, flux fortuït o bé, més habitualment, *efecte-silenci*. El silenci audiovisual marca efectivament les parts del discurs, amb una sensació de clara diferenciació, i alhora diferencia aquest producte dels següents que puguin aparèixer en la continuïtat audiovisual de la televisió (Conservative Party, Regne Unit, 2007).

També s'empra la distinció entre les parts de la narració i l'argumentació. Sovint cada part discursiva utilitza una música diferent, en funció articuladora secundària i segon pla auditiu (PDS, Alemanya, 1994; Els Lliberals, Jordània, 2007; cal destacar Union Democratique du Centre, Suïssa, 2007). La mateixa funció de distinció de l'exposició narrativa i de l'argumentació pot realitzar-se amb el silenci audiovisual. En aquest cas, un silenci de tipologia flux fortuït acompanya habitualment la narració d'uns fets i la música, posteriorment, introdueix en bloc seqüència l'argumentació i, de retruc, la connotació de novetat o diferenciació (Partit Liberal Dominicano, República Dominicana, 2006).

Aquest és el segon punt: la diferenciació a través de la música i el silenci de l'status quo i l'aportació política. Si l'espot reforça una opció ja en el govern, la música tendeix a ser constant i continuada en tot el producte, com mostra el predomini estadístic d'una forma d'ubicació al muntatge i a la narració perllongada (bloc seqüència o tema circumstancial). Si pel contrari, és una opció de canvi, l'espot d'una formació que opta al poder, sovint es contraposa en forma d'antítesi o bé amb la combinació de dues metàfores –una negativa per l'status quo i una altra de positiva, pel canvi que portarà el partit– la regeneració que fomentarà aquesta formació política.

Gràfic 6.5 Representació de la música i el silenci en l'opció de canvi

Status quo	Canvi/Novetat
Música 1	Música 2
Silenci flux fortuït	Música 1

La música i el silenci juguen un paper actiu en diferenciar cada part de l'antítesi o la metàfora. Així, seguint la classificació de Brader entre espots "Feel-Good" i espots "Fear"⁴³¹, també hi trobem un textura i estil de música associada a unes connotacions d'alegria, optimisme i benestar i un altre estil i entramat musical més vinculat connotativament a un estat de tristesa, por i malestar.

Els espots que aposten més clarament per aquesta diferenciació empen la música amb una connotació de tensió o negativa per presentar l'status quo actual i tot seguit, amb un gran contrast, la música amb connotacions o expressivitat positiva per anunciar el canvi i les propostes del partit. L'exemple més clar és l'espot de Le Pen (Front National, França, 1999), amb una música ambigua, que connota destrucció a l'inici, i una música que connota heroisme i victòria. També es pot veure aquest esquema en un format de tríptic (positiu, negatiu, positiu) a l'espot de l'Union Democratique du Centre (Suïssa, 2007).

El silenci audiovisual pot jugar també el paper de marcar el canvi, normalment, assolint la contextualització de la primera part, és a dir, de la realitat present. El flux fortuït sovint connota realitat i context quotidià i per tant, amb el suport d'imatges o gràfics, pot representar la duresa i solitud d'un *status quo* fallit. L'espot de Nea Demokratia (Grècia, 2007), al revés, mostra un llarg silenci flux fortuït al final, com a reflexió o canvi proposat; un canvi que el votant ha d'interioritzar. També és el cas de l'espot del Partido Patriota

⁴³¹ Els "Feel-Good ads" són anuncis que fomenten una sensació de benestar, de sentir-se bé, a través de la transmissió de valors i emocions positives. D'altra banda, els "Fear ads" són els anuncis que fomenten la por o el rebuig mitjançant imatges o conceptes violents, distorsionadors o provocatius (BRADER: 2006, p. 5-6).

(Guatemala, 2007) on el silenci audiovisual inicial remarca el context incert que domina aquell moment i, de seguida, apareix la música i el canvi que proposa aquesta formació.

Finalment en aquest apartat, com a darrera tendència general observada, cal apuntar el rol actiu de la música i el silenci en la diferenciació del “nosaltres”, els promotors de l’espot i els representants d’aquesta opció política, i dels “altres”, els opositors o contrincants polítics. En aquest sentit, també es tracta d’una antítesi identitària. La música amb connotacions optimistes i de triomf s’identifica amb la posició dels emissors de l’espot, mentre que la presentació dels “altres” pot ser diversa a través d’una música amb connotacions negatives o burlesques, segons si és una paròdia, un recurs d’ironia o una denúncia de la fatalitat de la gestió dels adversaris.

Gràfic 6.6 Representació de la identificació d’“ells” i “nosaltres” amb música i silenci

“Ells”		“Nosaltres”
Música 1		Música 2
Silenci flux fortuït		Música 1
Música 1	Silenci (pausa o <i>efecte-silenci</i>)	Música 2

El silenci audiovisual té més possibilitats de representar la part criticada, els “altres”, que la del partit representat, per la seva major ambigüïtat i pel seu poc reforç emocional com a bloc seqüència continuat⁴³². Habitualment empra la forma de flux fortuït. Un exemple és el ja apuntat del PDS a Alemanya de l’any 2004. També, però, pot ser el detonant del canvi d’identificació en l’argumentació –en passar de referir-se a “ells” a referir-se ara a “nosaltres”–

⁴³² Ja que des de l’ambigüïtat que expressa, necessita un context proper per matisar i aportar nova significació. Un silenci audiovisual pot dramatitzar una expressió verbal antecedent però ofereix un recurs de poc reforç emocional si es perllonga continuadament a mode de bloc seqüència.

mitjançant una pausa o bé un *efecte-silenci*, segons la intensitat que es vulgui donar al contrast identitari (Partido Liberal Dominicano, República Dominicana, 2006).

Un darrer punt d'observació és la connexió entre el “nosaltres” i el “tu” o “vosaltres”. Aquest enllaç del discurs, que pretén captivar –persuadir– l'espectador, és emprat poques vegades. Tanmateix, l'única forma que l'exemplifica a través de la música i el silenci⁴³³ és la presència d'un silenci audiovisual perllongat (*efecte-silenci* o flux fortuït) que transmet a l'espectador una sensació de calma després del discurs –o després d'una idea clau– que incita a reflexionar. L'exemple de l'espot Nea Demokratia (Grècia, 2007) és el més representatiu per la intensitat i duració del silenci audiovisual final.

La reflexió immediata, just en el moment posterior d'audiovisionar l'espot, és la connexió més directa que crea l'anunciant⁴³⁴. Aquest canal de connexió, on l'espectador repassa i valora el missatge immediatament anterior de l'espot, es provoca i s'incita des del silenci audiovisual. És per això que la modalitat de silenci audiovisual que s'ubica com a coda de l'espot, a banda de compartir altres funcions no excloents –estructural, expressiva, etc.–, pot ser qualificat com a silenci reflexiu⁴³⁵.

6.5 Model general de la música i el silenci en l'espot electoral

En aquest punt s'hi recullen i compilen tots els paràmetres als quals se'ls assigna el valor predominant o majoritari segons l'anàlisi realitzada. Així, el prototip o model general resultant és un resum i una combinació de tots els paràmetres que, al mateix temps, defineix i crea la tendència general de les relacions de la música i el silenci en els espots electorals.

⁴³³ Perquè hi poden haver altres formes de connexió amb l'espectador: apel·lació directa, comunicació fàtica, etc.

⁴³⁴ No per això la més efectiva en termes de compra o de canvi del sentit del vot.

⁴³⁵ Si va acompanyat, com ho és habitualment, de la marca o imatge del partit o del candidat, podria afegir-s'hi “silenci reflexiu corporatiu”.

Com a tendència general, aquest model generalitzat està sotmès a múltiples variacions i ajustaments cas per cas. No és, per tant, un patró per copsar els casos reals individuals, si no que, com ja hem apuntat, és un reflex de la direcció majoritària de la relació analitzada.

Taula 6.7 Esquema del model general de la música i el silenci en l'espot electoral

Paràmetre	Valor	Percentatge d'espots⁴³⁶	Número d'espots	Segon valor
Existència de música	Sí	82 %	123	No
Estil musical	Música simfònica	42 %	52	Pop
Tempo	Alegre	44,7 %	55	Moderat
Nombre de blocs	1	70 %	105	2
Funció articuladora	Secundària	59,6 %	70	Protagònica
Justificació òptica	Irreal	95,9 %	118	Real/Irreal*
Coherència argumental	Aliena	98,3 %	121	Integrada
Interacció semàntica	Convergent anímica	73,98 %	91	Con. anímica i cultural
Ubicació al muntatge	Bloc genèric	78 %	96	Bloc seqüència
Ubicació a la narració	Tema circumstancial	96,7 %	119	Irrupció musical
Pla auditiu	Segon pla	49,59 %	61	Primer pla
Funcions de la música	Expressiva	98 %	121	Estructural**
Subfuncions de la música	To emotiu general	94 %	116	Continuïtat
Existència de silencis	No	70 %	105	Sí

* De transició entre real i irreal

** Compartint la funció estructural amb l'expressiva

El model general de la música i el silenci en l'espot electoral es compon d'un producte que inclou música d'estructura i textura simfònica, interpretada amb instruments clàssics i amb un tempo entre moderat i alegre i integrada en un sol bloc de música. És important destacar que l'existència de música és un valor en

⁴³⁶ El primer i el darrer percentatge, respecte del total d'espots analitzats. La resta, respecte els espots que inclouen algun bloc de música.

si, ja que podria no haver-n'hi⁴³⁷. En canvi, el mateix model, exclou el silenci de l'espot electoral. La presència del silenci és minoritària i, per tant, excepcional.

El model general de la música en els espots electorals mostra que el bloc musical adopta una funció articuladora secundària, mantenint-se també en un segon pla auditiu, i s'integra en el muntatge amb forma de bloc genèric i a la narració, mitjançant un tema circumstancial.

La justificació òptica de la música en el model general és irreal, amb una coherència argumental aliena i amb una interacció semàntica convergent anímica. Aquest tipus d'interacció semàntica encaixa perfectament amb una altra de les característiques modèliques de la música dels espots electorals: una funció expressiva i, concretament, de to emotiu general.

Com ja s'ha esmentat anteriorment, el fet de desenvolupar una funció expressiva de to emotiu general és també apropiada i coherent amb el fet de mostrar-se en forma de bloc genèric (o seqüència, segona opció) i mitjançant un predomini quasi absolut del tema musical circumstancial. Aquest fet és lògic si tenim en compte que una ambientació emotiva general d'un spot necessita un desplegament de la música en diverses seqüències, si no en la totalitat del producte. Per tant, blocs llargs i un format d'integració narrativa continuat faciliten i permeten aquesta funció.

Cal destacar que hi ha valors que són propers als que apareixen a continuació i el marge de diferència és reduït. Per exemple, el tempo *alegre* (amb una diferència de 12 espots respecte del segon valor, *Moderat*), la funció articuladora secundària (amb una distància de 20 espots respecte del segon valor, *protagònica*), o el segon pla auditiu (que compta 16 espots de diferència amb el primer pla auditiu). L'escassa distància entre el primer i el segon valor d'aquests paràmetres fa pensar que amb un mètode analític diferent o bé amb

⁴³⁷ El 18 % dels espots analitzats no inclouen cap mena de música.

una mostra d'espots diferent els percentatges i la inclusió en el model general podrien variar o matisar-se.

D'altra banda, però, hi ha valors que són indiscutibles i perfectament diferenciats de la segona opció, consolidant per tant el seu domini com a valors modèlics representatius de la música en els espots electorals. Aquests valors representativament segurs són: l'existència de música, l'estil de música clàssica, un sol bloc de música, una justificació òptica irreal, una coherència argumental aliena una interacció semàntica convergent anímica, ubicació al muntatge mitjançant un bloc genèric, a la narració mitjançant un tema circumstancial, el desenvolupament de la funció expressiva de to emotiu general i la no existència de silencis.

Aquests valors consolidats, podríem dir, són el cor i la definició més estable del model de la relació de la música i la imatge en els espots electorals. En general, doncs, s'observa una posició auxiliar, de segon pla semàntic i auditiu per a la música, amb una expressió emotiva general, i sense una integració argumental i visual en el missatge de l'espot electoral. La música dels espots electorals, alhora, modera els extrems i no opta ni per gèneres o estils molt minoritaris, ni per tempos extrems, si no per valors més aviat intermedis i moderats.

Taula 6.8 Model general dels silencis en els espots electorals

Paràmetre	Valor	Percentatge d'espots*	Número d'espots	Segon valor
Nombre de silencis	1	75,6 %	34	2
Tipus de silenci	Pausa o silenci breu	53,3 %	24	<i>Efecte-silenci</i>
Funcions de silenci	Expressiva	84 %	38	Estructural**

* Percentatge sobre els espots que contenen silenci (un total de 45)

** Funció compartida, en la majoria de casos, amb la funció expressiva

Hem observat que el model general de la música i el silenci en els espots electorals exclou aquest darrer, el silenci audiovisual, del prototip general

d'espots. Tanmateix, quan el silenci hi apareix –en un 30 % dels espots analitzats, 45 casos– també ho fa seguint un patró o model general.

D'entrada, el silenci audiovisual apareix en pocs dels espots analitzats. El valor dominant és un silenci audiovisual per spot, i el segon valor, dos silencis, fet que denota que no s'acostuma a introduir gaire aquest codi expressiu i que s'empra en ocasions molt determinades i seleccionades.

El tipus de silenci audiovisual emprat més comunament és la pausa o el silenci breu. El segon valor, però, l'*efecte-silenci*, es troba tan sols a 8 espots de diferència però a 18 punts percentuals de diferència; caldria eixamplar la mostra d'espots que inclouen silencis per valorar si aquests valors es consoliden en aquestes posicions o bé varien.

En canvi, sembla consolidada i segura l'opció de presentar la funció expressiva com la més habitual del silenci audiovisual en els espots electorals. La funció estructural apareix en molts menys casos com a principal.

Així, els valors estables del model del silenci audiovisual en els espots electorals són l'absència del mateix, però, si n'hi hagués, apareixeria tan sols un, amb una funció predominantment expressiva.

6.6 Reflexions generals sobre la construcció de models

Com a conclusió i finalització d'aquest capítol aportem unes reflexions sobre el procés que hem desenvolupat en la conformació dels models de la música i el silenci en els espots electorals que hem presentat fins aquí.

En primer lloc, cal destacar que la construcció dels models teòrics, ara per ara, ha de ser per àmbits parcials. Es fa difícil agrupar en un nombre limitat de models globals totes les tipologies d'espots. Per això els models plantejats es remeten a aspectes parcials: relació banda sonora i imatge; funcions; rol en les

estructures retòrico-argumentatives, etc. Fins i tot, en diferents moments s'ha de diferenciar un model per a la música i un per al silenci.

La necessitat d'aquesta visió parcial rau en la quantitat de paràmetres que entren en joc i, alhora, en la natura lliure i variada –en certa manera, inestable– tan de la pròpia matèria prima (la música i, per altra banda, el conjunt audiovisual) com de la capacitat creativa o les possibilitats creatives audiovisuals. Com que la creació artística té normes o models per als processos de creació però no per als resultats creatius –no hi ha límits en la forma resultant, excepte en un estat de censura–, les possibilitats de diversificació i la varietat de productes, en aquest cas audiovisuals, són infinites. Per tant, sí que es poden classificar o modelitzar els mateixos processos –creatius i argumentatius– mitjançant models parcials, però difícilment podem reduir a diferents patrons la gran varietat d'espots existents.

D'altra banda, cal constatar que la metodologia de l'anàlisi empíric inicial marca i influeix decisivament la posterior elaboració de models. Per tant, amb altres paràmetres o, fins i tot, amb altres valors possibles per a aquests paràmetres, els resultats podrien ser diferents dels que hem presentat en aquest estudi⁴³⁸.

Una investigació posterior pot aprofundir en cadascun d'aquests models, extrapolar-los a altres formats i tipologies de productes audiovisuals o bé treballar una interrelació entre ells, és a dir, buscar les conseqüències, exemples i relacions narratives i discursives de la combinació dels diferents models parcials exposats en aquest capítol.

⁴³⁸ No per això han de ser incorrectes ni els uns ni els altres. Cal, doncs, establir la coherència en la relació entre els resultats i el mètode aplicat, més que entre els resultats i altres possibles resultats.

El gènere humà té,
per saber-se conduir,
l'art i el raonament

Aristòtil, filòsof grec

El silenci és un gran art per a la conversa

William Hazlitt, literat anglès

Debat teòric

7.1 Introducció

En aquest capítol desenvolupem un debat que tracta de posar en relació els resultats obtinguts de l'anàlisi dels espots electorals amb les teories i conceptes exposats en la primera part d'aquesta investigació. D'aquesta manera, vinculem i comparem les dades presentades en el capítol 5 i els models elaborats en el capítol 6 amb una visió més teòrica i normativa d'aquest objecte d'estudi.

No pretenem realitzar un comentari exhaustiu i en detall de tots els fenòmens i tendències que hem pogut copsar i mostrar empíricament, sinó que volem analitzar i comparar des d'un vessant més conceptual els principals trets i resultats analítics.

7.2 Debat sobre les dades de l'anàlisi

En general s'observa una certa tendència de l'expressió musical a la moderació o, dit d'una altra manera, a l'absència de valors extrems en la música dels espots. Aquesta afirmació es constata en els resultats dels paràmetres *Tempo* i *Estil Musical*.

El cas del *Tempo* és clar: en general, es tendeix a combinar una música entre moderada i alegre i escasses vegades apareix un bloc musical amb un tempo molt ràpid. D'altra banda, no s'ha analitzat cap spot en què el tempo de la música sigui molt lent.

Es pot considerar que la moderació musical respon en la inèrcia general de l'spot –de la campanya política per extensió– a un posicionament obert que pugui atreure i persuadir com més públic millor (*catch-all*). La correlació entre música i missatge seria doncs evident: un missatge moderat amb una música moderada. En aquest sentit, el tempo és un dels factors de moderació.

Per altra banda, el tempo el podem relacionar amb la intenció emotiva de l'spot, com apunta Tom Brader (BRADER: 2006, p. 11-16). Un ritme extremadament alegre i mogut pot comportar una interpretació de precipitació, d'acceleració i de descontrol. I, en canvi, un ritme excessivament lent pot comportar la percepció del missatge polític com a paralitzant, estàtic o poc dinàmic.

Si bé s'empra, doncs, la música per caracteritzar i matisar el contingut del missatge polític, sobretot en l'ús de formes retòriques duals –antítesi, entimema o sil·logisme– en les quals cada part aporta una música diferenciada, fins i tot en les connotacions més negatives s'intenta evitar un extrem de màxima lentitud.

Si tot això ho relacionem amb el propòsit del paradigma modern de la publicitat –captar l'atenció de l'espectador –del client– mitjançant un estímul (ALTARRIBA: 2005, p. 68)–, la música com a component narratiu i estètic ha

d'atreure l'atenció i motivar l'interès. En aquest supòsit, un extrem massa estressant o massa passiu no hi té cabuda.

Paral·lelament a aquest debat, sorgeix una concepció de la música com a complement, com a codi secundari, tal i com l'hem observat en els espots electorals. La primera raó pot ser discursiva: si el temps és costós i limitat (30 segons, normalment), el producte ha d'aprofitar al màxim tots els recursos per expressar amb claredat el seu missatge.

La música expressa emocions generals (RADIGALES: 2002, p. 93; SERAFINE: 1988, p. 14) i el silenci és pura ambigüitat i per tant depèn significativament del context (TORRAS: 2007, p. 159; MATEU: 2001, p. 25). Per tant, ha de ser el llenguatge oral –amb significats més acotats per la complexitat del sistema– i el llenguatge icònic –referencial directe al món real– qui transporti durant més temps el missatge principal. La música, fins i tot en una funció articuladora protagonista, comporta una ambigüitat conceptual, encara que pot ser clara en definir un context emotiu general (MEYER: 2001, p. 29; JOURDAIN: 1997, p. 5).

Sembla, doncs, que en un espai de persuasió electoral, amb una important missió i un paper estructural per a la democràcia (DAHL: 1989, p. 15; EASTON: 1969, p. 176), la informació queda relegada als codis més explícits. És també un signe o una garantia de qualitat democràtica que tothom pugui interpretar inequívocament els missatges electorals públics, llençats a l'esfera pública.

Tanmateix, també s'observa en els espots dels darrers temps una tendència contrària: anuncis electorals amb un sol missatge conceptual, clar però obert, sense matisos ni detalls, que arriba més per la impressió estètica general i la participació interpretativa de l'espectador que no pas per un missatge verbal explícit (Nea Demokratia, Grècia, 2007; Front National, França, 1999). Aquesta direcció encaixa amb la teoria publicitària de la Proposició Única de Venda, sobretot amb la seva variant emocional (ALTARRIBA: 2003, p. 186) i

l'embranchida emocional que pren darrerament la comunicació política (BRADER: 2006, p. 22-47). En aquest supòsit, la música sí que s'erigeix com a protagonista tant en l'articulació com en el camp semàntic.

En un altre ordre de reflexions, el fet que la categoria de la música dominant sigui la de *música simfònica/de cambra* no respon tan sols a un criteri de moderació. Si acceptéssim que la *música simfònica/de cambra* hi és per moderació, entendríem per aquest criteri que aquest gènere musical representa un cert consens perceptiu o una certa moderació estilística per als receptors (enfront d'altres estils o gèneres com el heavy metal o la música ètnica en la seva versió més puritana)⁴³⁹.

L'elecció i el domini de la *música simfònica/de cambra*, amb una evolució històrica clarament vinculada a la societat occidental, fins i tot, podríem dir europea (FUBINI: 1990, p. 23), denota que en certa manera conceptes com l'*espai de comunicació* de Gifreu (GIFREU: 2006, p. 39) i les *comunitats musicals* de Serafine (SERAFINE: 1988, p. 29), es troben immersos en un procés d'extensió o globalització.

Si l'*espai de comunicació* projecta i difon una comunicació vinculada a uns trets nacionals i/o culturals (GIFREU: 2006, p. 49), la utilització d'una música preminentment occidental en els espots dels cinc continents i, en segon lloc del rànquing, una música d'origen i connotació anglosaxona –el pop– implica una certa elasticitat en la transmissió (i recepció) cultural (MARTÍ: 2000, p.35).

D'aquesta observació, és a dir, d'entendre que la música occidental està estesa arreu dels espots mundials, podem fer-ne, almenys, tres reflexions:

⁴³⁹ La selecció de la mostra té a veure també amb aquest predomini ja que, com hem apuntat en el capítol 5, la gran majoria dels espots electorals provenen d'una esfera occidental. Tanmateix, el domini no el valorem quantitativament, sinó, sobretot qualitativament. És a dir, no per la quantitat d'espots, sinó perquè molts dels espots que inclouen un bloc de la categoria música *simfònica/de cambra* no són de l'àrea occidental sinó d'Àsia o Amèrica del Sud. Entenem, doncs, que aquest gènere i estil ha traspassat fronteres. D'aquí que podem afirmar que hi ha un cert "consens" musical.

- a) La música occidental és una representació mundial de consens, “consens musical”, que no violenta els espectadors locals.
- b) La música local, ètnica o tradicional, perd influència com a recurs per emmarcar estèticament i discursiva la comunicació política i social.
- c) El camp d’influència de la música occidental s’està dilatant i amb ella la seva comunitat musical (FUBINI: 1990, p. 495-497).

Cadascuna d’aquestes consideracions requereix un debat en profunditat. De fet, no les presentem com a conclusions o posicionaments, sinó com a possibles vies de discussió, com a qüestions obertes que sorgeixen de la dada empírica observada en l’ús generalitzat de la música de la categoria *simfònica/de cambra*.

Si Serafine defineix la comunitat musical com un conjunt d’oients experts o acostumats a la interpretació d’un estil musical (SERAFINE: 1988, p. 29) cal apuntar respecte les afirmacions anteriors extretes de l’anàlisi dels espots electorals, a més a més, les següents valoracions:

Les comunitats musicals són només factibles com a concepte si s’entenen i es vinculen únicament a un estil o gènere, assolint llavors l’equivalent conceptual de públic mediàtic (BUSQUET: 2005, p. 255)⁴⁴⁰

És a dir, cada estil pot estendre’s geogràficament i cultural per vies i fluxos diferents, sense haver de coincidir en el mapa i la ruta d’extensió amb d’altres estils o gèneres musicals. Per tant, en una comunitat cultural poden coexistir-hi diverses porcions de comunitats musicals, diversos estils, i, per tant, la comunitat cultural no és sinònim de comunitat musical ja que no coincideix ni en el marc geogràfic ni en la composició demogràfica⁴⁴¹.

En altres paraules, la comunitat musical s’ha fet volàtil i cada vegada costa més ubicar-la en un espai geogràfic definit i clos. La seva representació podria assemblar-se més a una xarxa o un flux (com

⁴⁴⁰ És a dir, seguidors d’un estil o manifestació artística dispersos geogràficament.

⁴⁴¹ Es pot comparar amb el seguiment de les sardanes, el flamenc i l’òpera arreu de Catalunya, Europa o fins i tot a nivell mundial.

marca la tendència comunicativa general actual), que no pas un contenidor o àrea delimitada.

El concepte d'oient musical aglutina diferents perfils o membres de diverses comunitats musicals. Una pot ser més rellevant en el seu perfil identitari i estar més vinculada a l'organització social immediata (BLACKING: 1994, p. 20); però, a la vegada, un mateix individu pot participar d'altres comunitats amb diferents intensitats d'implicació i interpretació. És la conseqüència de la diversitat real en l'oferta cultural i, alhora, de l'aparició d'un públic sobirà en la societat postmoderna (BUSQUET: 2005, p. 257-258).

De la mateixa manera que en el cas de l'*espai de comunicació*, aquestes són reflexions obertes, apuntades a partir de la recopilació de les dades empíriques, que requereixen més contrast i debat, i no són, per tant, formulacions o constatacions tancades ni confirmades.

Cal esmentar també que, inconscientment, la nostra anàlisi ha caigut en una visió etnocèntrica de la música (MARTÍ: 2000, p. 119-126). El tercer estil més representatiu en els espots electorals és la música ètnica o tradicional i, mitjançant una correlació improvisada i general amb els països de producció dels espots, veiem com aquest gènere musical s'ubica majoritàriament en els espots produïts a l'Àfrica, Àsia, Amèrica del Sud i Europa de l'Est. La temptació inicial passa per vincular el desenvolupament econòmic i social a la necessitat de reivindicar la identitat col·lectiva en qualsevol tipus de comunicació (GIFREU: 2006, p. 159-163). És a dir, que per manca d'un domini econòmic a nivell mundial o, en altres paraules, per no disposar d'una promoció cultural i identitària automàtica a través de la seva producció, els països i territoris sense predomini econòmic han de fer-se valer vinculant i presentant en els seus productes la seva identitat cultural en tot moment.

Sense obviar que poden existir diferents concepcions i valors per a la identitat col·lectiva i la seva dignitat (REQUEJO: 2005, p. 18), cal apuntar que aquesta vinculació *tercer món-música ètnica* suposa una perspectiva esbiaixada,

etnocèntrica i, en el fons, terminològica. Què és la música clàssica sinó la música ètnica de la societat occidental? Per què no considerem el jazz com la música ètnica o tradicional dels Estats Units?

La reflexió anterior és que aparentment relacionem massa precipitadament un gènere –la música ètnica– amb un estat sociocultural. Si per música ètnica entenem aquella que compila i defineix la societat, els seus valors i representa els seus modes d'organització social (BLACKING: 1994, p. 30), llavors l'Himne Europeu⁴⁴², o la Flauta Màgica de Mozart, serien la tonada de música ètnica per excel·lència en la societat occidental, recollint la seva evolució sociopolítica i filosòfica (MARTÍ: 2000, p.125).

En relació també amb la classificació de la música, la seva concepció com a procés cognitiu, com a procés integrat en la quotidianitat (SERAFINE: 1988, p. 69) fa possible incloure com a bloc de música aquella que els actors o intèrprets de l'espot canten o xiulen simulant una manifestació espontània.

Des del punt de vista analític de Lluís i Falcó, el bloc és la música composta o integrada expressament en l'audiovisual (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p. 172). Tanmateix, no fa referència a la seva interpretació tècnica ni als instruments que utilitzi⁴⁴³. Fins i tot si no ha passat per mans del compositor o de l'editor musical, una tonada xiulada o cantada per un actor o varis entra dins del concepte de música que Serafine preveu des del moment en què l'entén com un tipus de pensament i, per tant, es produeix espontàniament i lliure en qualsevol moment (SERAFINE: 1988, p. 70; ADORNO: 2000, p. 15).

L'anàlisi també corrobora que el silenci és universal (TORRAS: 2007, p. 157) en la seva percepció, existència conceptual i hàbit d'usar-lo comunicativament.

⁴⁴² L'Himne Europeu, fragment de la 9a Simfonia de Beethoven, conté la mateixa música que feien servir els nazis alemanys per tancar els congressos del partit nacionalsocialista. La música, amb diferents connotacions segons des d'on s'interpreti, es pot vincular amb diferents etapes evolutives d'Europa (Vegeu RADIGALES, 2005).

⁴⁴³ De fet, hi ha nombrosos temes musicals amb instrumentació d'elements quotidians com pot ser xiular, taral·lajear o manipular un arpa de boca. Aquesta tècnica és molt emprada per Ennio Morricone, per exemple.

Aquesta universalitat es fa palesa en la nostra recerca ja que s'empra indistintament en espots produïts arreu. No disposem de les eines analítiques suficients –ni tampoc és el marc adequat– per aproximar-nos a la segona part d'aquesta afirmació: el silenci és universal, però amb una interpretació i significat local (MATEU: 2001, p. 62-66). El fet d'usar el silenci és universal, però el significat i la interpretació d'aquests usos són particulars o locals.

Ben al contrari, en aquest marc formal tan ben definit i estructurat en ordre i objectius –parlem de l'espot electoral–, el silenci audiovisual –i també la música– sembla que segueixen uns patrons estàndards que no tendeixen a presentar grans variacions entre cultures, zones i formacions polítiques. Podríem entendre que el format condiciona els continguts i les seves possibles aportacions narratives.

Aquesta idea és present en la selecció de la ubicació a la narració i la ubicació al muntatge en les quals la música intenta economitzar i adaptar-se al marc dimensional de l'espot. En un producte breu que vol ser eficaç en el seu missatge cal una música, o dues com a molt, i de llarga durada. Aquesta és la tendència general en els espots electorals analitzats. És fàcil entendre que un canvi constant de música pot marejar l'espectador i distorsionar o simplement fer perdre l'atenció del públic.

El silenci audiovisual conserva la seva natura en el context de l'espot electoral. Depèn igualment del context anterior com del posterior i desenvolupa i matisa un significat propi o heretat dels codis predecessors.

Sí que observem una contenció del silenci audiovisual. En primer lloc, no n'apareixen gaires –en el conjunt de la mostra i dins d'un mateix espot. La seva utilització és mesurada. Un espot no deixa de ser una important inversió econòmica (DEVLIN: 1995, p. 189-190)⁴⁴⁴ i, per tant, l'ús de l'ambigüitat s'ha de reduir al màxim. I també cal que sigui planificat. El silenci audiovisual en els espots electorals és del tot conscient, deliberat, guionitzat i preparat.

⁴⁴⁴ A: HOLTZ-BACHA; LEE: 1995

En segon lloc, l'aparició del silenci no pot superar –excepte algun cas singular– els 5 segons de durada. Aquest apunt econòmic, és a dir, el del cost que representen els 3 o 5 segons de silenci audiovisual, reforça el seu paper i la seva capacitat com a element connector amb l'espectador. L'ús més característic del silenci audiovisual en els espots electorals és, primer, la funció d'estimular la reflexió del votant, alhora que és presenta el logotip de la formació, i, segon, crear un contrast entre el present i la proposta política. El silenci audiovisual atorga proximitat i humanitat al discurs dels espots electorals.

Quant al mètode d'anàlisi cal constatar que ha aportat prou informació i que ha estat útil en el paper de recollida i classificació de les dades de l'anàlisi de contingut dels espots electorals. El seu disseny en, com a màxim, quatre blocs –de música o de silenci– ha estat encertat ja que no s'ha sobrepassat aquesta mesura en cap cas.

També ha estat molt útil el disseny del primer quadrant on es mostra gràficament l'evolució general –i aproximada– dels codis de l'audiovisual. El fet de dibuixar gràficament la música, el silenci i la veu, per exemple, ha estat una tasca senzilla en el moment del visionat i, posteriorment, s'ha revelat de gran utilitat en el moment de buscar certs trets o estructures en el conjunt d'espots de la mostra.

Un punt a millorar podria ser la necessitat de relacionar millor –més visualment– els blocs de música i silenci amb aquesta representació gràfica lineal. Es podria idear un nou disseny on els blocs estiguessin en contacte amb el primer quadre de representació gràfica. Això facilitaria la vinculació de les traces i la divisió en blocs. Tanmateix, existeix la dificultat que els blocs no són uniformes i, a priori, com és lògic, no sabem la distribució i extensió de cadascun.

També ha estat difícil l'assignació de les funcions inicials (Cara A) sense un gran espai per anotar-ne les característiques o, per altra banda, la mesura i

anotació del temps de durada de l'espot i dels blocs o parts. Aquestes dificultats són potser més del procés i de les característiques de les fonts d'on hem extret els espots que no pas del protocol o mètode analític en si, però cal també tenir-les en compte per a una millora en un altre context d'investigació.

7.3 Debat sobre la formulació de models

L'audiovisual és multicodi (METZ: 2002, p. 83; BURGOYNE; FLITTERMAN-LEWIS; STAM: 1999, p. 57) i la seva interpretació combina una percepció i descodificació simultània dels codis acústics i visuals, en definitiva de diversos codis alhora (CHION: 1993, p. 15-17; RODRÍGUEZ: 1998, p. 221-227). Aquesta recepció complexa implica la intervenció de molts elements i la seva combinació en múltiples possibilitats en la seva significació.

Els diversos components assumeixen un rol complementari, tot i que, sovint, com en el cas de la música, el debat sobre la seva dependència o independència d'altres codis encara és obert (FRAILE). Però aquest complement vol dir que la interpretació per separat no oferiria les mateixes conclusions o resultats. L'anàlisi de la música separatament de la imatge pot oferir significats diferents o fins i tot contradictoris de la seva anàlisi conjuntament amb la imatge (LLUÍS i FALCÓ: 1995, p. 170-172). En qualsevol cas, una anàlisi centrada en un sol codi és parcial i incompleta respecte la perspectiva de l'audiovisual.

I, encara més enllà, cada paràmetre o cada punt de vista analític pot aportar una matís rellevant per al conjunt de la significació (JOURDAIN: 1997, p. 312; MEYER: 2001, p. 41). El tempo i l'estil, per anomenar algun dels paràmetres que incloem en el nostre mètode, poden fer variar la relació i el sentit del conjunt de l'audiovisual.

És per aquestes raons –complexitat, complementarietat, unitat– que la creació d'un model de comportament, d'un patró de relacions, és altament difícil si s'hi vol incloure tots els paràmetres i elements de cada codi. Per la natura volàtil i extremament variada de l'audiovisual, per les possibilitats de

combinació que ofereix la creativitat en aquesta matèria, la fixació d'uns models de relacions és més viable i coherent enfocant-los en aspectes parcials.

Els models de música, silenci i veu protagonista destaquen perquè la seva formulació prova que poden existir. El model de la veu protagonista és més evident en aquest aspecte, per la possibilitat de concreció i informació del llenguatge oral, però els models de música i silenci protagonistes remarquen el valor de la seva existència. Situar la música o bé el silenci audiovisual com a element central narratiu necessita de la concreció en un model i la relació amb uns exemples per valorar la possibilitat com a real.

Aquests tres models en conjunt dibuixen l'alternança sonora possible en el primer pla articulador i significatiu. S'hi troba a faltar, també, els sorolls o efectes especials. Segurament, aquesta mancança té a veure amb la natura espontània, temporal, a mode d'irrupció, dels efectes especials i la qualitat distorsionant, incòmoda, dels sorolls (CHION: 1999, p. 215-217; GÈRTRUDIX: 2003, p.62). Per atreure l'espectador hem d'emprar codis atractius, agradables, que no rebutgin l'atenció.

També, però, es justifica aquesta absència per la concepció realista dels espots. La necessitat de transparència i de mostrar amb claredat un missatge inequívoc (AIRA: 2008, p. 182; BRADER: 2006, p. 4) relacionen els codis com els sorolls amb una connotació de desordre, d'irregularitat, d'opacitat i això provoca que els efectes especials es relacionin amb l'artificialitat o la manipulació. Poden ser presents en els espots –de fet, hi són– però sense assolir un paper protagonista (CHION: 1999, p. 220-221).

El model general plantejat a mode de síntesi i resum estadístic de les dades representa tan sols una tendència. Aquest model, per tant, serveix com a guia general de la situació de la música i el silenci audiovisual en relació a la imatge. Però pel seu caràcter generalista no copsa detalls i singularitats també importants, com l'existència del mateix model del silenci protagonista.

La relació dels models plantejats en aquesta investigació és compatible i s'integra en els models formals que s'havien plantejat en recerques anteriors. En el plantejament d'uns models formals havíem tingut en compte les relacions acústico-visuals, però també el muntatge, el protagonisme semàntic, i l'estil general del producte entre d'altres paràmetres (TORRAS: 2009, p. 1041).

Des d'aquesta perspectiva formal –forma, estructura i matèries expressives– havíem obtingut fins a vuit models: *Muntatge*, *Oral*, *Mediàtic*, *Burlesc*, *Diapositives*, *Musical*, *Oral acompanyat* i *De combinació* (TORRAS: 2009, p. 1043-1049). Aquests models reflectien la conducció semàntica per un codi o un altre, el tipus d'estructura i, també, la qualitat o característiques del material emprat (imatges fixes o en moviment; imatges sorgides d'un producte mediàtic o en pla mig fix, per exemple).

Taula 7.1 Relació entre els models formals i els models protagonics

	Protagonics Formals	Protagonic Música	Protagonic silenci	Protagonic Veu	Protagonic Imatge
1	Muntatge	X			
2	Oral			X	
3	Burlesc	X			
4	Mediàtic				X
5	Mediàtic oral*			X	
6	Diapositives	X			
7	Musical	X			
8	Oral acompanyat			X	
9	De combinació		X		X

* Submodel o variació

El model de la música protagonica, pel que fa a la funció articuladora, encaixa amb les diferents variants que mostren els models formals de *Muntatge*, *Burlesc*, *Diapositives* i *Musical*. Tots ells disposen la música com a matèria articuladora del producte publicitari. Cada model formal, però, hi aporta matisos: muntatge accelerat i ric en el cas del model *Muntatge*; imatges estàtiques i sense veu, en el cas del de *Diapositives*; o missatge a la lletra de la

cançó i coreografies amb moviment intern en les imatges en el cas del model *Musical*.

En el cas del model formal *Burlesc* es manté el predomini estructural de la música però alhora s'hi afegeix el to o la finalitat intencional de la mateixa. El significat sorgeix de la ironia o del contrast semàntic entre música i imatges o bé entre música, imatges i, per una altra banda, el perfil real dels personatges implicats. No afecta, per tant, la funció articuladora (TORRAS: 2009, p. 1045).

En certa manera, el model de silenci protagonista és l'únic que té la seva ubicació més ambigua. Com a flux fortuit dominant, articulador, que pot incorporar irrupcions puntuals de veu i sons, pot relacionar-se amb un model formal *De combinació*. Tanmateix, l'aparició d'altres sons hauria de ser reduïda i supeditada al silenci audiovisual i, en el cas del muntatge, les imatges d'aquest model haurien de mesclar-se sense gaire protagonisme, més aviat, amb plans seqüència o preses de llarga durada.

Aquestes, però, no són exigències tergiversadores del model formal *De combinació*. Com el seu nom indica, el model es presta a combinar qualsevol matèria expressiva, fet que li atorga més ductilitat en la dimensió protagonista i que permet que hi hagi variacions o submodels amb un o un altre codi al capdavant d'aquesta funció articuladora.

Finalment, l'apunt de la relació entre música, silenci i estructures retòrico-argumentatives ens mostra que, ja que tant la música com el silenci poden realitzar una funció caracteritzadora semblant en aquest context, ambdues matèries tenen una relació similar amb la imatge (KRAKAUER: 1989, p. 140; FRAILE: 2004, p. 118-120). Música i silenci són complementaris i, alhora, són portadors de les mateixes característiques: linealitat, contrast i percepció acústica (MATEU: 2001, p. 2; CHION: 1999, p. 198).

En aquest sentit, el canvi de música o el canvi de la música per un silenci audiovisual –o viceversa– ja provoca una noció de diferenciació, d'estatus

diferent o de separació de les fases argumentatives. La variació de la música i el silenci, sense atendre encara les connotacions intrínseques de cadascun, ja crea una sensació de variació narrativa estesa al conjunt de l'audiovisual (CHION: 1999, p. 229). Així, el contrast acústic mitjançant aquests codis és més efectiu que el visual en la planificació o èmfasi de l'argumentació retòrica.

La música comunica doncs des d'un doble vessant: la seva disposició i variació en el discurs audiovisual i les seves pròpies variacions internes, motivades per elements intramusicals exclusivament (MEYER: 2001, p. 53). La primera tipologia remet a una significació formal, relacionada amb l'estructura argumentativa, i la segona fa referència a un sentit ambigu i general, emotiu, proper als instints humans més bàsics i simplificats (LABRADA: 2009, p.23-24).

Sense música,
la vida seria un error

Friedrich Nietzsche, filòsof alemany

El silenci és el soroll més fort,
potser el més fort de tots els sorolls

Miles Davis, músic de jazz

Conclusions

8.1 Introducció

En aquest capítol recollim les constatacions finals d'aquest treball d'investigació. Aquests idees les hem agrupat en conclusions inicials, relatives a les bases teòriques i al procés de desenvolupament del discurs de la recerca; conclusions sobre l'anàlisi, en referència als resultats analítics i a la construcció de models; i conclusions finals, les quals sintetitzen les principals idees extretes i l'aportació teòrica d'aquesta tesi doctoral.

Cada grup de conclusions, encara que es troben interconnectades en molts casos, les hem presentat en subapartats diferents per a facilitar-ne l'explicació i comprensió.

8.2 Conclusions inicials

Aquesta investigació ha mantingut unes premisses que, amb la part analítica i el debat teòric, es poden considerar apropiades i demostrades. En primer lloc, hem argumentat la pertinença del silenci audiovisual a la comunicació, és a dir, la seva integració com un codi expressiu més que aporta significat i el modula. Les diferents tipologies de silenci audiovisual, la seva natura complementària al so i la comprovació d'uns models específics per al silenci audiovisual en el si dels espots electorals corroboren la idea d'entendre'l com un element comunicatiu.

En segon lloc, com a element comunicatiu, el silenci forma part de la música, però també, del producte audiovisual en el seu conjunt. Per això, se li poden atorgar funcions específiques en aquest entorn audiovisual. Hem mostrat i exemplificat un catàleg prou extens de funcions que pot realitzar el silenci audiovisual i hem detectat i argumentat les més característiques en els espots electorals, com la funció expressiva i l'estructural.

El silenci com a tal no existeix, sinó que percebem una sensació de silenci, la qual està provocada per una determinada variació dels paràmetres psicoacústics en uns valors molt concrets. Per economia terminològica i per extensió al context, en aquesta investigació fem, però, el terme *silenci audiovisual*, denominació que es refereix a la inclusió de la sensació de silenci en un marc audiovisual. Aquest terme, alhora, vol eludir la relació de la idea de silenci amb un silenci absolut. *Silenci audiovisual*, doncs, no remet a un silenci que sona i es veu –valgui la paradoxa– sinó que expressa en el context de la nostra recerca la sensació psicoacústica de silenci en audiovisualitzar un producte audiovisual.

El silenci i la música mantenen una mateixa essència: la temporalitat i la variació, el contrast. La música es pot considerar un tipus de pensament i, per tant, podem parlar de música sense l'existència física de sons, ja que el protagonisme es centra en el processament cognitiu.

En tercer lloc, pel que fa a la música, aquest treball ha mantingut des del primer paràgraf que la música comunica a diferent nivells. Un d'aquests nivells és el més instintiu o més bàsic en el qual les estructures musicals –les relacions acústiques– transmeten els paràmetres psicoacústics més necessaris per a un entorn de supervivència humana. Ens referim a comunicacions generals i ambigües a l'entorn de la velocitat, el contrast, els tons més extrems i la variació en el conjunt dels elements musicals constitutius. Abans que un missatge simbòlic o emocional, la música comunica directament un estat d'atenció, un estat d'alerta.

En quart lloc, i en relació amb el punt anterior, la música és primer una experiència quotidiana comunicativa i després, art. Entenem que l'art musical és una elaboració posterior de les essències organitzatives i comunicatives que conté la música. És a dir, hi pot haver música que no sigui art –que no existeixi una intenció artística–, però no hi pot haver art musical sense les essències comunicatives de la música –comunicació musical bàsica i instintiva.

Una cinquena aproximació general que hem expressat en aquest treball és que la interacció de la música o el silenci audiovisual amb la imatge, o amb un conjunt de codis audiovisuals, altera i modifica el significat conjunt del producte audiovisual. Sense voler entrar en el debat de l'autonomia o dependència entre la música i les imatges en moviment, sí que entenem que existeix una interdependència semàntica en què una afecta l'altra i viceversa.

En aquest sentit, la sisena conclusió apunta que l'audiovisual, per a una anàlisi de significat i fins i tot d'estructura eficient i fidel a la percepció de l'espectador, s'ha d'analitzar conjuntament, com un tot, considerant alhora tots els codis que el componen.

Per altra banda, hem assumit que l'anàlisi del silenci audiovisual i de la música, com a cruïlla de diferents disciplines, ha de comptar amb les aportacions tant de la psicologia com de la lingüística, l'estètica, la comunicologia, l'antropologia i la psicoacústica, entre d'altres. El silenci

audiovisual i la música en un entorn audiovisual són un camp d'estudi pluridisciplinar.

La música és expressiva de certs significats i emocions sempre generalitzades, mitjançant el mecanisme intramusical de les expectatives i resolucions, però també a través del context, de l'estil i de la connotació musical. Les aportacions de la música són ambigües i generals i es concreten a partir del context audiovisual o bé, de l'assumpció cultural de certes connotacions i simbolismes, mecanismes que superen la pròpia natura musical.

El silenci també és expressiu, però encara amb més ambigüitat i dependència del context. Per la natura del silenci, no podem contemplar variacions o repeticions en el seu si i la seva significació, a causa de la seva transparència perceptiva depèn en gran mesura d'altres codis simultanis. L'anàlisi del silenci, per tant, s'ha de realitzar bo i entenent-lo com un element dinàmic i significatiu i en plena interacció amb el context anterior i posterior.

Com a categories generals teòriques de silenci, n'hem determinat tres: el flux fortuït, silenci amb petits sons irregulars de fons; l'*efecte-silenci*, produït després d'un marcat contrast i amb un mínim de tres segons de durada a cada part; i el silenci breu o pausa, sense un contrast tan fort, de durada menor i amb un sentit més sintàctic i distribuïdor. Les funcions del silenci es poden sintetitzar en un ús sintàctic, naturalista i dramàtic o, des d'una visió més ampliada, en les funcions expressives, estètiques, estructurals, significatives o narratives.

Quant als espots electorals, hem detectat una tendència creixent a la utilització de les emocions en el context de la persuasió política. En aquesta situació, la música i el silenci, com a vehiculadors més efectius de les emocions, passen a tenir cada vegada més importància en els espots electorals.

Els espots electorals poden dividir-se, doncs, en dos grans grups, els relacionats amb un to agradable i que fan sentir bé l'espectador, i els que empren un to

negatiu o de malestar. En ambdós casos, la música desenvolupa un paper rellevant indicant i realçant un to o un altre.

La publicitat, en general, també emprà la música i el silenci audiovisual per a les seves finalitats persuasives. El llenguatge publicitari els integra i els planifica com un tot integral, tot atenent al mateix temps la dimensió creativa i la conceptual.

En destaca l'ús del silenci audiovisual com a font d'expectativa o bé de sorpresa. Les seves funcions són bàsicament expressives, amb un èmfasi sobre els altres codis o bé per a la dramatització d'alguna expressió.

Considerem la música i el silenci com uns fenòmens culturals que reflecteixen (i influeixen) l'organització social en el seu si. La música, però també el silenci –amb més ambigüitat–, són representants d'una tradició cultural i d'una forma social, que expressen comunicativament i indirectament en la seva estructura.

Finalment, cal considerar en aquest apartat que la música i el silenci audiovisual com a expressió cultural s'adscriuen també a un marc social, cultural i polític. Així, l'existència de comunitats musicals, la participació en un espai de comunicació o en un altre o l'estar sotmès a un règim polític particular poden influir decisivament en la interpretació i el paper de la música i el silenci audiovisuals, sobretot, en els espots electorals –pel fet de ser els màxims representants de la persuasió política dels nostres temps.

8.3 Conclusions sobre l'anàlisi

De l'anàlisi dels 150 espots electorals d'arreu del món i de totes les èpoques des de la creació d'aquest format als anys 50, n'hem extret també una sèrie de conclusions, vinculades a aquest procés. L'anàlisi s'ha dut a terme mitjançant el protocol conjunt elaborat en el capítol quatre que inclou també un protocol d'anàlisi del silenci audiovisual, una especificació de les funcions de la música

i el silenci i, principalment, els paràmetres analítics extrets del mètode d'anàlisi de la banda sonora musical en relació a la imatge de Josep Lluís i Falcó.

Els paràmetres sobre els quals s'ha fet el buidatge i anàlisi de contingut dels espots electorals han estat *Estil musical*, *Tempo*, *Funció articuladora* –si condiciona l'estructura del producte–, *Coherència argumental* –si la presència musical està justificada a nivell del rol dels personatges–, *Justificació òptica* –justificació visual de la música en pantalla–, *Interacció semàntica* –contribució i correlació de la música amb els codis visuals–, *Ubicació al muntatge* –amb quina fórmula es presenta: bloc pla, bloc seqüència...–, *Ubicació a la narració* –si és tema, leitmotiv, etc.–, i *Pla auditiu* –quin pla sonor ocupa el bloc musical. També s'ha analitzat el nombre de blocs musicals existents a cada spot, així com les funcions i subfuncions de la música.

Quant al silenci audiovisual, s'ha analitzat l'existència o no de silenci audiovisual en l'spot, la tipologia de silenci audiovisual existent i, en darrer terme, la funció que desenvolupava aquell silenci audiovisual.

De les conclusions generals que podem extreure d'aquesta extensa anàlisi, en primer lloc cal apuntar la que es relaciona amb la presència i utilitat de la música. En una gran majoria dels espots electorals hi ha una presència de blocs de música (en un 82 %). La música és, per tant, un element habitual i recurrent en la transmissió del missatge polític mitjançant els espots electorals.

No passa el mateix amb el silenci. El *silenci audiovisual* és escàs i minoritari en els espots electorals. Tan sols un 30 % dels espots analitzats contenen alguna tipologia de silenci audiovisual.

L'explicació d'aquesta absència de silencis audiovisuals en els espots electorals la centrem en dos aspectes: *a)* el silenci audiovisual s'expressa més ambiguament que altres codis i, *b)* per altra banda, el format reduït dels espots electorals, el qual força l'eficiència i economia de tota comunicació continguda en ell, prioritza els codis i missatges més explícits i fàcilment interpretables,

sense confusions ni ambigüitats possibles. També existeix una raó d'amortització econòmica de cada segon de discurs audiovisual de l'espot.

Tant la música com el silenci audiovisual quan hi és present realitzen un paper significatiu i actiu en el conjunt del missatge persuasiu dels espots electorals. La música, però, adopta un rol que afecte més el conjunt de l'espot i en una dimensió més emocional o del to general. El silenci, per la seva banda, fa d'element emfatitzador de petits segments o expressions, més localment o parcial, que no en una tasca per al conjunt de l'espot.

Per aquesta vocació d'interacció amb la totalitat de l'espot, la música es disposa en formes que permetin més durada, que permetin, de fet, la seva extensió a tot el producte audiovisual. Per això, la ubicació a la narració és habitualment a través d'un tema circumstancial (96,7 %) i la ubicació al muntatge mitjançant blocs llargs, com el de tipus genèric o el de tipus seqüència (95,9 %). La música, majoritàriament, s'empra en tot l'espot, encara que també hi ha excepcions en què el bloc musical afecta únicament una part de l'anunci electoral.

Segons el model general establert com una tendència, la música realitza un paper complementari, amb una funció articuladora i un pla auditiu secundari. D'aquestes afirmacions entenem que el protagonisme continua residint en les imatges i en la veu, per la mateixa raó d'eficiència i economia del missatge que apuntàvem en el punt anterior. Tanmateix, la música decanta el to emocional i, consegüentment, sovint el to intencional i real de l'espot.

Com a norma general, la música no té justificació òptica (95,9 %) ni coherència argumental (98,3 %). Aquest resultat és lògic si entenem que la majoria dels espots encara conserven un format tradicional en què apareix un bust parlant, testimonis o bé el candidat presentant la informació i el missatge polític, amb més o menys muntatge i inclusió d'altres codis complementaris. La finalitat encara és presentar directament una idea política i, per tant, els

codis més apropiats per a transmetre-la són aquells que assoleixen major concreció i abstracció. La imatge justifica la paraula, més que no pas la música.

Tanmateix, hem observat que es tendeix cada vegada més a introduir en els espots un missatge més emocional o basat en una impressió general que no pas en un discurs de llenguatge oral o escrit. En aquests espots, la música posseeix normalment un rol protagonista, articuladorament i semàntica, i s'acompanya d'un muntatge visual més conceptual i no tant lineal o correlatiu.

Les funcions més freqüents de la música en els espots electorals són l'expressiva (98 %) i l'estructural (25,2 %). Com que no són excloents, normalment, els blocs desenvolupen diverses funcions alhora; la combinació més habitual és l'expressiva i l'estructural. Dins de la funció expressiva, com a subfunció, en destaca la de to emotiu general, la qual és present en un 94 % dels espots. En segon lloc, la subfunció de continuïtat o unificació del producte (23,57 %), dins de la funció estructural, i, en tercer lloc, la subfunció d'ambientació de temps-espai (22,76 %), en el marc de la funció estètica.

Aquestes funcions són coherents amb una incidència de la música estesa pel conjunt de l'espot electoral ja que un to emotiu general, la continuïtat per descomptat i una ambientació estètica requereixen interaccionar durant un temps suficient per a transmetre la connotació per a tot el producte, i, si es limitessin a un sol àmbit podrien crear la sensació de diferenciació o partició. Són funcions també coherents amb la forma perllongada que mostra la música d'ubicació al muntatge i a la narració.

La música comunica des de múltiples nivells. Pel que fa a la seva presència o absència, al fet de ser-hi o no, o de ser en una part i en una altra no, també influeix en la interpretació del missatge. Igualment comunica en el terreny de les connotacions culturals i bàsicament amb la combinació dels seus elements intramusicals. La funció expressiva de to emotiu general, predominant en els espots electorals, combina principalment els darrers dos elements: connotacions culturals i elements intramusicals.

El tipus de silenci audiovisual més freqüent en els espots electorals –tot i que cal recordar que tan sols un 30 % d'ells en contenen– és la pausa o silenci breu (53,3 %) i, en segon lloc, l'*efecte-silenci* (35,5 %). Aquestes dades són coherents si entenem que, en general, es vol evitar o economitzar la presència del silenci audiovisual en els espots electorals. Per aquest motiu, s'hi inclouen aquells més breus i els més efectius en la dramatització o emfatització de les expressions dels altres codis.

Les funcions del silenci audiovisual més habituals als espots electorals són l'expressiva (84 %) i l'estructural (35,5 %). De la mateixa manera que la música i de forma no exclusiva, és a dir, que poden compartir vèries funcions. Dins de la funció expressiva destaca l'èmfasi o presentació de la marca o logotip de la formació política o del candidat, així com el paper de diferenciació entre diferents contextos semàntics (abans i ara, ells i nosaltres).

En la funció estructural hi destaca la diferenciació de la introducció i la conclusió de l'espot, tot separant el flux televisiu del contingut del mateix espot i, alhora, el discurs de l'espot de la resta de la programació televisiva. També realitza una tasca no tan usada de divisió del discurs de l'espot internament, en parts o fases. Finalment, la funció d'emfatitzar conceptes o expressions és molt més minoritària encara que, quan s'aplica, d'una gran efectivitat.

El silenci audiovisual adopta un rol d'espai reflexiu, de ressò interior i cognitiu del missatge polític, que permet una connexió directa amb l'espectador. Alhora, bo i generalitzant les funcions apuntades anteriorment, el silenci audiovisual en els espots electorals realitza un paper de contrast. Reflexió i contrast se'ns presenten com les funcions més habituals i característiques dels silenci audiovisual en el format dels espots electorals.

Podem concloure, també, que el format influencia sobre els codis que conté. Així, la música assoleix les característiques anteriors per adaptar-se a les exigències de brevetat i missatge explícit –en passar la música a un pla de to

general– dels espots. El silenci també es veu condicionat per la necessitat d'economia de temps i confusió. És per aquest condicionament del format que no es troben més de tres blocs musicals –70 %, un bloc; 8 %, dos blocs– ni més de quatre silencis audiovisuals –el 75,6 % en conté un; un 13,4 % en contenen dos.

La producció condiciona igualment l'estil musical i la forma d'integració. Una producció amb recursos econòmics possibilita la realització d'un muntatge més ric i acurat amb diversos codis audiovisuals. Una producció pobra ha de recórrer a un bust parlant amb mig pla fix o, afegint-hi música, a un muntatge d'imatges fixes amb una música protagonista. La disposició i paper de la música i el silenci poden indicar indirectament i aproximada el pressupost dedicat a cada producció d'espots electorals.

Per altra banda, cal no oblidar que la música posseeix el paper moderat i conciliador de l'espot electoral en la seva filosofia dominant de *catch all*. La música no presenta habitualment estils, gèneres o paràmetres (tempo) extrems o vinculats a preferències minoritàries. L'estil musical dominant és el de *música simfònica/de cambra* (42 %) i el segon, el *Pop* (17 %). Igualment, el tempo general habitual és el moderat/alegre. En aquest sentit, la música s'integra i actua no tan sols com a part de la narració sinó fins i tot en la concepció i la finalitat política de l'espot electoral.

La música occidental, representada per la categoria *simfònica/de cambra*, encara és la majoritària en el conjunt dels espots electorals, sense gaires diferències si ens fixem en l'origen geogràfic i cultural. Es pot associar aquesta occidentalització de la música dels espots electorals a l'origen occidental del format d'espot de propaganda política i, en general, dels audiovisuals, i a la tradició dominant d'aquest estil dins de les bandes sonores musicals dels productes cinematogràfics més audiovisionats en el món.

D'una manera o altra, les músiques ètniques o tradicionals no són molt habituals en els espots, fins i tot, en aquells països que gaudeixen d'una

tradició i estil musical ric i propi. L'ús de les músiques ètniques és habitual quan es vol indicar una diferenciació o en voler emfatitzar una realitat cultural diferent. Aquest ús es vincula amb la funció estètica d'ambientació d'espai-temps.

Dins del format dels espots electorals, però, es mantenen uns certs tòpics musicals o tradicions sobre la connotació musical implantades pel seu ús constant i habitual en el marc audiovisual. Així, una música instrumentada amb piano i cordes i amb un ritme moderat-lent connota o transmet la sensació de tristesa; una música electrònica, d'una alçada tonal greu, de ritme imprecís i irregular, amb efectes de so, expressa una sensació de caos i catàstrofe; o una música amb una instrumentació de metalls i percussió, amb tempo alegre, connota triomfalisme i orgull.

Totes aquestes precisions anteriors respecte de l'aportació semàntica de la música són interpretacions condicionades o induïdes pels usos habituals de la música en l'àmbit audiovisual occidental i que han mantingut les seves connotacions en el marc dels espots electorals. Tanmateix, mantenen la tendència ja apuntada d'un to emotiu general, des d'un pla complementari, i està a tot el producte audiovisual.

Respecte la creació de models podem concloure que tan sols és factible i pràctic la configuració d'uns models parcials, i atenent cadascun d'ells un conjunt de paràmetres o de funcions. Aquesta necessitat de models parcials és deguda a la variabilitat dels materials audiovisuals i, al mateix temps, a la gran possibilitat combinatòria i creativa que ofereix l'audiovisual.

Els quatre tipus de models presentats es basen, doncs, en la relació de la banda sonora amb la imatge; en les funcions de la música i, per altra banda, del silenci; en les contribucions de la música i el silenci a l'estructura lògic-argumentativa; i, finalment, en la síntesi d'una tendència general de la música i el silenci en els espots electorals.

Aquesta síntesi final expressada en el model general tan sols reflecteix els valors mitjans dels paràmetres analitzats, fent així una radiografia de la tendència general, però no dels casos i expressions particulars. Aquest model general, respecte la música recull les conclusions que hem anat apuntant anteriorment: domini de la música *simfònica/de cambra*, moderada/alegre, en un segon pla acústic, sense justificació òptica ni argumental, vinculada al producte amb blocs extensos i amb una funció expressiva de to emotiu general.

El model general del silenci comença per la seva exclusió: el 70 % dels espots no n'inclouen. Aquells que sí en tenen, en contenen un, una pausa preferentment, amb una funció expressiva i estructural.

Pel que fa a la relació banda sonora/imatge, en destaquen tres models bàsics i dos més per extensió. El model de música protagonista, en el qual aquesta fa d'element estructurador i organitzador de l'espot i amb una forta influència semàntica. El model de veu protagonista, amb el discurs del llenguatge oral com a centre i protagonista del producte. I el model de silenci protagonista, molt minoritari, en què el silenci audiovisual articula i condueix l'espot electoral; en aquest model hi predomina un missatge conceptual general.

També podem trobar el model d'imatge protagonista, amb un muntatge brusc i destacat o un moviment intern molt variat en els plans, i, en menor mesura, un model mixt, amb la combinació de varis d'aquests models en diferents parts de l'espot.

Els models funcionals destaquen les funcions més habituals i clares de la música i el silenci en els espots electorals. Així, per a la música hi trobem el model expressiu de to emotiu general, el model estructural de continuïtat, el model estètic d'ambientació de temps i espai i el model corporatiu amb la funció d'identificació del marc i la identitat corporativa. Cada model presenta la música amb uns paràmetres i característiques determinats.

Quant al silenci, trobem el model expressiu de marc reflexiu o presentació, el model expressiu de subratllat dramàtic, el model estructural d'equilibri estructural i enllaç, i el model narratiu d'el·lipsi narrativa o significativa. Igualment, cada model presenta unes tipologies i disposicions del silenci audiovisual específiques i característiques.

Aquesta investigació tan sols apunta unes línies de relació entre la música, el silenci i les estructures lògico-argumentatives, un camí que s'ha d'aprofundir en altres recerques. En aquestes relacions hi veiem una contribució del silenci i la música a la diferenciació de les parts del discurs (exordi, narració, argumentació i conclusió), la diferenciació de l'*status quo* i el canvi – l'aportació política–, i la distinció semàntica i narrativa entre el “nosaltres” i “ells”.

8.4 Conclusions finals

En la tesi doctoral present, mitjançant l'anàlisi d'un centenar i mig d'espots electorals, hem concretat quins són els principals usos de la música i el silenci en els espots electorals de les formacions polítiques en contextos de democràcia. En aquest sentit, aquest treball ha establert que la música en els espots electorals adopta un paper secundari, sense justificació ni òptica ni argumental, en un segon pla auditiu, i que representa un complement significatiu mitjançant la funció expressiva de to emotiu general. En un segon nivell, també es detecta una música protagonista, en primer pla auditiu, però igualment sense justificacions, amb un èmfasi en la funció estructural de continuïtat.

El silenci audiovisual, en canvi, és escàs i n'apareix generalment un de sol, en forma de pausa, amb una funció expressiva i estructural predominant.

A més a més, hem detectat quines són les tipologies i funcions característiques del format dels espots electorals. La música en té dues: la ja esmentada de to emotiu general, mitjançant l'ús de música *simfònica/de cambra*, i la funció

estructural de continuïtat, unificant els diferents segments visuals i de veu que apareixen en els espots.

El silenci, com a forma i funció característica –tot i no ser la més abundant–, apareix en flux fortuït en la funció de presentació del logotip o marca corporativa, tot estimulant alhora la reflexió del telespectador. Al mateix temps, l'*efecte-silenci* destaca per la seva funció d'emfatització o dramatització d'expressions d'altres codis audiovisuals (sobretot la veu, però també la imatge).

Així, doncs, amb uns paràmetres consolidats i corroborats, hem pogut detectar una tendència estilística, funcional i de tipologia respecte els usos de la música i el silenci audiovisual en els espots electorals.

En la recerca d'aquest treball hem testat el mètode d'anàlisi plantejat per Lluís i Falcó per a la relació entre banda sonora musical i imatge. A més a més, el protocol d'anàlisi configurat en la investigació ha inclòs les funcions de la música i del silenci audiovisual així com les seves tipologies.

El mètode ha resultat útil i acurat a l'hora d'extreure dels espots electorals els valors que ens permetien valorar unes tendències generals per construir posteriorment uns models de relació. Els paràmetres representats han cobert quasi la totalitat de possibles àmbits de relació entre la música, el silenci i la imatge i, per tant, el disseny es pot considerar satisfactori.

El mètode es pot millorar bo i sistematitzant la primera captació de dades, fent-la més preestablerta, i ampliant les possibilitats d'incloure en el protocol les relacions entre música i silenci –ara, en un segon pla– i les relacions d'altres paràmetres visuals –enquadrament, moviment interior, tipus de pla– amb els acústics. Som conscients, però, que aquest desenvolupament no altera el mètode analític en la seva essència, sinó que l'amplia, alhora que implica una anàlisi més complexa i que requereix més temps.

Hem pogut observar clarament que la música més utilitzada en els espots electorals és, de major a menor freqüència, la música *simfònica/de cambra*, la música pop i la música tradicional o ètnica.

Hem constatat que les tipologies de silenci audiovisual dominants en els espots electorals són la pausa o silenci breu, com correspon a la necessitat d'amortitzar al màxim cada segon de missatge polític audiovisual. En segon lloc apareix l'*efecte-silenci* i, finalment, el flux fortuït.

Hem pogut comprovar com la música desenvolupa bàsicament una funció complementària d'ambientació, d'ubicació emocional del discurs i missatge polític. Ho pot fer tant des d'un paper protagonista com des d'un secundari en l'articulació del producte. La seva funció, majoritàriament, està vinculada a la totalitat de l'espot. També en destaca la funció d'ambientació de temps i espai i, en segon lloc, la d'ambientació de gènere.

El silenci audiovisual, en canvi, es refereix a un segment o moment concret de l'espot i realitza un tipus de funció que emfatitza o diferencia aquell sector. Pot ser una funció de dramatització o simplement estructural.

La ubicació narrativa de la música es fa a partir d'un tema circumstancial, en bloc seqüència o bloc genèric, que permet l'extensió de la música al conjunt de l'espot, d'acord amb la seva funció emotiva i ambientadora general.

El silenci audiovisual, per contra, el trobem en la seva fórmula més breu – pausa o *efecte-silenci*–, encara que pot presentar-se en qualsevol part de l'espot (a l'inici, al mig, o bé al final). És tendeix a incloure'l més a l'inici i al final amb una funció de presentació i reflexió, tot acompanyant la imatge corporativa.

Tant la música com el silenci audiovisual marquen i influeixen decisivament en la sensació estètica que en pugui rebre l'espectador. En aquest sentit, encara que des d'una posició narrativa secundària, la música i el silenci afecten

directament el to de l'espot i, conseqüentment, el missatge i la sensació estètica que se'n pugui desprendre.

Hem comprovat que no és possible plantejar uns models generals que incloguin totes les relacions possibles entre música, silenci i imatge, així com els diferents paràmetres que contenen. Això és degut a la riquesa de les matèries expressives –imatge, música, llenguatge, sorolls i silenci– i a les múltiples possibilitats combinatòries que eliminen el principi de simplicitat de tot model o patró teòric.

Sí que és possible, però, i alhora útil, presentar diversos models parcials que recullin alguns d'aquests paràmetres i les relacions principals. Aquests models parcials poden servir de guia per a l'anàlisi d'aquests productes i per a crear-ne de nous.

La investigació ha assolit la totalitat dels objectius que s'havia plantejat. Hem establert un mètode de recerca eficient en relació a la música, el silenci i la imatge; s'han establert els paràmetres bàsics per definir la relació entre la música i la imatge, s'han formulat unes classificacions generals de la música i el silenci audiovisual en els espots electorals, segons les seves funcions, tipologies i ubicacions narratives, s'han sintetitzat aquests paràmetres en forma de models representatius; i s'ha dut a terme una anàlisi general de la funció estètica de la música i el silenci en el marc dels espots electorals.

La nostra hipòtesi inicial, la qual plantejava que sí que era possible establir models de relació de la música i el silenci amb el conjunt de l'espot electoral, s'ha confirmat. L'anàlisi i l'agrupació de les dades obtingudes ens ha permès elaborar models en diferents àmbits d'aquesta relació entre banda sonora musical i imatge.

Alhora, la primera de les subhipòtesis que feia referència, precisament, a la possibilitat d'establir models parcials entre els diversos paràmetres i funcions de la relació entre música, silenci i imatge, s'ha confirmat i ha resultat ser un

condicionant a l'hora de construir aquests models. Com ja hem expressat anteriorment, la presentació dels models de relació entre música, silenci i imatge han de ser forçosament parcials o focalitzats en alguns paràmetres específics.

Es confirma també el plantejament que els models de relacions estan directament vinculats al format i al pressupost de la producció audiovisual.

Aquesta investigació ha continuat una línia oberta en la nostra tesina sobre la investigació del silenci audiovisual i la música com a matèries expressives en un context multicodi. La recerca, pionera en el camp del silenci audiovisual en els espots electorals, ha posat les bases per a investigacions futures en el marc dels espots electorals, la publicitat o bé de l'audiovisual en general.

Una de les línies que es podrien desenvolupar en un futur és la relació entre la música, el silenci i les estructures retòrico-argumentatives. Bo i partint dels models esbossats, es podria investigar si existeix una relació constant o tipificada, en els espots electorals, entre aquests camps.

Una altra línia d'investigació oberta per aquest treball és la influència de la música en la interpretació del missatge electoral, o més enllà, el condicionament de l'opció de vot per la música i el silenci audiovisual. Aquesta tesi posa les bases formals, establint una fotografia de la situació actual, per tal de començar a indagar les qüestions relatives a la descodificació i la interpretació; és a dir, per incloure el receptor en el marc de la recerca.

Finalment, sembla també una línia prou interessant la d'ampliar la relació implícita entre música i silenci en els espots electorals i altres variables sociopolítiques com un règim democràtic o un règim autocràtic; una formació conservadora o una formació progressista; o una cultura determinada. La relació del producte audiovisual, a través de la música i el silenci, sabent ara la tendència general, pot ser també un camí que esbrini les tendències i patrons propis de cada context.

Aquesta investigació, per tant, estableix uns models i una descripció general de la situació de la música i el silenci audiovisual en els espots electorals; configura, testa i corrobora un model d'anàlisi de les relacions entre la música, el silenci i la imatge; és un treball pioner en l'estudi del silenci audiovisual com a subjecte protagonista de la investigació en l'entorn dels espots electorals; i marca unes línies clares i rellevants per a desenvolupar futures investigacions en la intersecció de música i silenci, audiovisual i comunicació persuasiva.

La música és la voluptuositat
de la imaginació

Eugène Delacroix, pintor

El silenci és l'únic amic que mai no et traïx

Confuci, filòsof xinès

Bibliografia

ADORNO, T. W. *Sobre la música*. Barcelona: Paidós-ICE, 2000.

ADORNO, T.W; EISLER, H. *El cine y la música*. 4a ed. Madrid: Ed. Fundamentos, 2005

AIRA, T. *Màrqueting polític: L'art de guanyar eleccions. Del cartell a Youtube*. Barcelona: Trípodos, 2008 (*Papers d'Estudi*, 21)

ALTARRIBA, M. *Del Pregó al Web. Una síntesi històrica de la redacció creativa en publicitat*. Barcelona: Trípodos, 2003 (*Papers d'Estudi*, 10)

ALTARRIBA, M. *Què dir, a qui i per què. Retòrica i redacció publicitària*. Barcelona: Trípodos, 2005 (*Papers d'Estudi*, 12)

AMORÓS, A. *La palabra del silencio (la función del silencio en la poesía española a partir de 1969)*. Tesis doctoral. Sense publicar. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1991

ARISTÒTIL. *Poética*. Barcelona: Icària, 1994

ARISTÒTIL. *Retórica*. Madrid: Gredos, 1990

AUMONT, J. [et alt.]. *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. 2a Ed. Barcelona: Paidós, 1996 (*Paidós comunicació*, 17)

AYATS, J. “El dit que assenyala la lluna: pensar les músiques en la societat contemporània”. A: V.V.A.A.: *La música i el seu reflex en la societat*. Barcelona: Indigestió, 2009 (*Idees per la música*, 4)

BAILBLÉ, C. *Programation de l'écoute*. A: *Cahiers du Cinéma*, núms. 292, 293, 297 i 299

BARTHES, R. *Image, Music, Text*. Londres: Fontana Press, 1977

BATES, S.; DIAMOND, E. *The Spot. The Rise of Political Advertising on Television*. 3ª ed. Cambridge: MIT Press, 1993

BAYLON, C; MIGNOT, X. *La comunicación*. Madrid: Editorial Cátedra, 1996 (*Signo e imagen/ Manuales*, 41)

BELTRÁN, R. *Ambientación musical: selección, montaje y sonorización*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1984 (Colección Manuales Profesionales)

BERSTEIN, S. *Los regímenes políticos del siglo XX. Para una historia comparada del mundo contemporáneo*. Barcelona: Editorial Ariel, 2003.

BLACKING, J. *Fins a quin punt l'home és música?* Vic. Eumo Editorial, 1994 (*Música i Antropologia*, 20).

BOAS, F. *Primitive Art*. Nova York: Dover, 1955

BRADER, T. “Striking a Responsive Chord: How Political Ads Motivate and Persuade Voters by Appealing to Emotions”, *American Journal of Political Science*, Vol. 49, No. 2, April 2005, pp. 388-405

BRADER, T. *Campaigning for Hearts and Minds. How Emotional Appeals in Political Ads Work*. Chicago: The Chicago University Press, 2006

BUDD, M. *Music and the Emotions. The Philosophical Theories*. London, Boston, Melbourne i Henley: Routledge & Kegan Paul, 1985

BUNGE, M. *La investigación científica. Su estrategia y su filosofía*. 2a ed. Barcelona: Editorial Ariel, 1989 (*Methodos*)

BURGOYNE, R.; FLITTERMAN-LEWIS, S.; STAM, R. *Nuevos conceptos de la teoría del cine. Estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidad*. Barcelona: Paidós, 1999 (*Paidós Comunicació*, 106)

BUSQUET, J. *El sublim i el vulgar. Els intel·lectuals i la 'cultura de masses'*. Barcelona: Proa, 1998

BUSQUET, J. *Els escenaris de la cultura. Formes simbòliques i públics a l'era digital*. Barcelona: Trípod, 2005 (*Papers d'Estudi*, 13)

CALVO-MANZANO, A. *Acústica físico-musical*. Madrid: Real Musical, 1991.

CANTERO, F.J.; De ARRIBA, J. *Psicolingüística del discurso*. Barcelona: Editorial Octoedro, 1997 (*Lenguaje i comunicació*, 11)

CAPARRÓS, J.M. *100 películas sobre historia contemporánea*. Madrid: Alianza Editorial, 2004.

CAPDEVILA, A. *El análisis del nuevo discurso político. Acercamiento metodológico al estudio del discurso persuasivo audiovisual*. Tesis doctoral. Sense publicar. Universitat Pompeu Fabra, 2002

CAPDEVILA, A. *El discurso persuasivo: la estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Bellaterra: UAB, 2004 (*Aldea Global*, 16)

CARRERAS, J. (ed.). *Diccionari de la Llengua Catalana*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1985

CASSETTI, F.; Di CHIO, F. *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós, 1991 (*Instrumentos Paidós*, 7)

CATALÀ, J.M. *La puesta en imágenes. Conceptos de dirección cinematográfica*. Barcelona: Paidós, 2001 (*Paidós Comunicació*, 128)

CHAFE, W. "The deployment of consciousness in the production of a narrative". A: *The Pear Stories: Cognitive, Cultural, and Linguistic Aspects of Narrative Production*. Norwood, NJ: Ablex, 1980

CHAFE, W. *Discourse, Consciousness and Time: The Flow and Displacement of Conscious Experience in Speaking and Writing*. Chicago: University Press, 1994

CHION, M. *La Audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós, 1993

CHION, M. *La música en el cine*. Barcelona: Paidós, 1997

CHION, M. *El sonido. Música, cine, literatura...* Barcelona: Paidós, 1999 (*Paidós Comunicació*, 107).

CHION, M. *La voz en el cine*. Madrid: Cátedra, 2004 (*Signo e imagen*, 80)

CHION, M. "Silence in the Loudspeakers. Or - why, with Dolby Sound in films, it is the film which is listening to us". A. *Framework. The Journal of Cinema and Media*, Vol. 40 (Spring 1999)

CHOMSKY, N.; RAMONET, I. *Cómo nos venden la moto*. 7ª ed. Barcelona: Icària, 1998 (*Más madera*, 2)

CONDERAMA, J.A. *Capitulaciones de la estética contemporánea I: el silencio como anomalía. Trípodos*, núm.19, Barcelona, 2006, pp. 159-181

DAHL, R.A. *La Poliarquía. Participación y oposición*. Madrid: Tecnos, 1989

DAUENHAUER, B.P. *Silence. The Phenomenon and its ontological significance*. Bloomington: Indiana University Press, 1980

DE CANDÉ, R. *Diccionari de la música*. 2a. Ed. Barcelona: Edicions 62, 1982 (*El Cangur*, 68)

De WAAL, E.; SCHOENBACH, K. 'Presentation Style and Beyond: How Print Newspapers and Online News Expand Awareness of Public Affaire Issues', *Mass Communication and Society*, 11:2, 2008, 161-176

DEVLIN, L.P. "Political Commercials in American Presidential Elections". A: HOLTZ-BACHA, C.; LEE, L. (eds.): *Political Advertising in Western Democracias. Parties & Candidates on Television*. London: Sage Publications, 1995, pp.186-205

DEUTSCH, D. "The perception of auditory patterns". A: PRINZ, W.; BRIDGEMAN, B.(eds). *Handbook of Perception and Action*. Vol. 1. Perception (pp. 253-296) London: Academic Press, 1994

EASTON, D. *A Systems Analysis of Political Life*. Wiley (Nova York): 1965

EASTON, D. *Esquema para el análisis político*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1969

ECO, U. "La estética de la formatividad y el concepto de interpretación". A: ECO, U. *La definición del arte. Lo que hoy llamamos arte, ¿ha sido y será siempre arte?* Barcelona: Ediciones Martínez Roca, 1990, pp. 13-34

ECO, U. *La definición del arte. Lo que hoy llamamos arte, ¿ha sido y será siempre arte?* Barcelona: Ediciones Martínez Roca, 1990

ECO, U. *Obra abierta*. 3a ed. Barcelona: Ariel, 1990

ECO, U. *Tratado de semiótica general*. 5a ed. Barcelona: Editorial Lumen, 1991

EGUIZÁBAL, R. *Teoría de la publicidad*. Madrid: Ediciones Cátedra, 2007 (*Signo e Imagen*, 98)

EYMAN, S. *The Speed of Sound. Hollywood and the Talkie Revolution, 1926-1930*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1999.

FRAILE, M.T. *Introducción a la música en el cine: apuntes para el estudio de sus teorías y funciones*. Tesina de doctorat. Sense publicar. Universidad de Salamanca, 2004

GALLARDO, B. “La transición entre turnos conversacionales: silencios, solapamientos e interrupciones”. *Contextos*, XI /21-22, 1993, p. 189-220

GARCÍA, J.L.. *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Alacant: Universitat d’Alacant, Secretariat de Publicacions, 1995

GÈRTRUDIX, M. *Música y narración en los medios audiovisuales*. Madrid: Ediciones del Laberinto, 2003 (*Laberinto comunicación*, 8)

GÈRTRUDIX, F.; GÈRTRUDIX, M. “Etnografía de una música envolvente. Notas y reflexiones sobre los antecedentes del ideario técnico”. *Icono 14*, Madrid, núm.13, noviembre de 2009, pp.259-277

GÈRTRUDIX, M. “El icofono musical como portador publicitario”. *Icono 14*, núm. 1, pp.104-121

GIFREU, J. *Comunicació i reconstrucció nacional*. Barcelona: Editorial Pòrtic, 1989 (*Pòrtic Assaig*, 4)

GIFREU, J. (ed.). *Construir l’espai català de comunicació*. Barcelona: Centre d’Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya, 1991

GIFREU, J. *La pell de la diferència. Comunicació, llengua i cultura des de l’espai català*. Barcelona: Pòrtic, 2006 (*Pòrtic Visions*, 21)

GROUT, D; PALISCA, C. *Historia de la música occidental*. Vol.2. 2a. Ed. Madrid: Alianza Editorial, 1990 (*Alianza Música*, 16)

GUAUS, E. *Audio content processing for automatic music genre classification: descriptors, databases, and classifiers*. Tesi doctoral. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra , 2009. Sense publicar. Enllaç: <http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1028109-134430/>

GUBERN, R. *Historia del cine*. Vol. I. Barcelona: Editorial Lumen, 1982.

GUIJARRO, T.; MUELA, C.. *La música, la voz, los efectos y el silencio en publicidad. La creatividad en la producción del sonido*. Madrid: CIE Dossat, 2003

HERRERA, P. "Música i persuasió". A: V.V.A.A.: *La música i el seu reflex en la societat*. Barcelona: Indigestió, 2009 (*Idees per la música*, 4)

HERREROS, M. *La Publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Editorial Pòrtic, 1995 (*Pòrtic Mèdia*, 10)

HOBBSAWM, E. *Historia del siglo XX*. Barcelona: Editorial Crítica, 1995.

HOFFMAN, J. "Visual object recognition". A: PRINZ, W.; BRIDGEMAN, B.(eds). *Handbook of Perception and Action*. Vol. 1. Perception (pp.297-344). London: Academic Press, 1994

HOLTZ-BACHA, C.; LEE, L. (eds.). *Political Advertising in Western Democracies. Parties & Candidates on Television*. London: Sage Publications, 1995

HOLTZ-BACHA, C.; LEE, L. "A Comparative Perspective on Political Advertising. Media and Political System Characteristics". A: HOLTZ-BACHA, C.; LEE, L. (eds.). *Political Advertising in Western Democracies. Parties & Candidates on Television*. London: Sage Publications, 1995, pp.8-18

HOLTZ-BACHA, C.; LEE, L. "An Introduction to Parties and Candidates on television". A: HOLTZ-BACHA, C.; LEE, L. (eds.). *Political Advertising in Western Democracies. Parties & Candidates on Television*. London: Sage Publications, 1995, pp. 1-7

HOLTZ-BACHA, C.; LEE, L. "Political Advertising Across Cultures". A: HOLTZ-BACHA, C.; LEE, L. (eds.). *Political Advertising in Western Democracies. Parties & Candidates on Television*. London: Sage Publications, 1995, pp. 206-227

HOWELL, P; WEST, R; CROSS, I. "Musical structure and knowledge representation". A: HOWELL, P; WEST, R; CROSS, I. *Representing Musical Structure* (pp. 1-30). London: Academic Press. Cognitive Science Series, 1991.

JOHNSON, M. "The imaginative basis of meaning and cognition". A: KÜCHLER, S.; MELION, W. (eds). *On Remembering and Representation* (pp.74-86). Washington: Smithsonian Institution Press, 1991

JONES, S. "Music and the Internet", *Popular Music*, Vol.19 (2000), Núm.2, pp.217-230

JORDÀ, S. "Faust Music on Line: An Approach to Real-Time Collective Composition on the Internet", *Leonardo Music Journal*, Vol. 9 (1999), *Power and Responsibility: Politics, Identity and Technology in Music*, pp. 5-12

JOURDAIN, R. *Music, the Brain, and Ecstasy. How Music Captures our Imagination*. Nova York: William Morrow and Company, 1997

KOTLER, P.; LEVY, S. "Broadening the Concept of Marketing", *Journal of Marketing*, núm. 33, Gener 1969, pp.10-15

KRACAUER, S. *Teoría del cine. La redención de la realidad física*. Barcelona: Paidós, 1989 (*Paidós Estética*, 18)

KRIPPENDORFF, K. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós, 1990 (*Paidós Comunicación*, 39)

KURZON, D. *Discourse or silence*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1997

LABRADA, J. *El sentido del sonido. La expresión sonora en el medio audiovisual*. Barcelona: Alba Editorial, 2009 (*Fuera de campo*, 9)

LEVITIN, D.J. [et alt.]. "Neural Correlates of Auditory Perception". A: *Williams Syndrome: An fMRI Study*. NeuroImage 18, 2003, pp. 74-82

LLUÍS i FALCÓ, J. "Paràmetres per a una anàlisi de la banda sonora musical cinematogràfica", *D'Art*, Núm. 21, pp.169-186, Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995

LLUÍS i FALCÓ, J. "Análisis musical vs. análisis audiovisual: el dedo en la llaga", A: OLARTE, M. (ed.). *La música en los medios audiovisuales*. Salamanca: Plaza Universitaria Ediciones, 2005, p.143-153

MAAREK, P. *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós, 1997

MacCURDY, J.T. *The Psychology of Emotion*. Nova York: Harcourt, Brace & Co., 1925

MÂCHE, F.B. *Music, Myth and Nature or The Dolphins of Arion*. Philadelphia: Harwood Academic Publishers, 1992

MARCO, A. *Una antropología del silencio. Un estudio sobre el silencio en la actividad humana*. Barcelona: PPU, 2001

MARTÍNEZ, S. *Enganxats al heavy. Cultura, música i transgressió*. Lleida: Pagès Editors, 1999 (*Argent Viu*, 37)

MARTÍ, J. *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*. Sant Cugat del Vallès: Deriva Editorial, 2000 (*Los 7 mares*, 2)

MARZO, J.L.; RODRÍGUEZ, A. *Spots electorals. L'espectacle de la democràcia a la TV mundial des de 1989*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Institut de Cultura, 2008.

MATEU, R. *El lugar del silencio en el proceso de comunicación*. Tesis doctoral. Sense publicar. Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.

- MEDINA, P.; RODRIGO, M. “Las emociones como barreras y como accesos a la diversidad cultural”. Sense Publicar. Congrés *Comunicación y diversidad cultural*. Forum Barcelona, 2004
- MENON, V [et alt.]. “Neural Correlates of Timbre Change in Harmonic Sounds”. *NeuroImage* 17, 2002, pp.1742-1754
- METZ, C. *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*. Barcelona: Paidós, 2001 (Paidós Comunicación, 129)
- METZ, C. *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968)*. Vol. 1. Barcelona: Paidós, 2002 (Paidós Comunicación, 133)
- METZ, C. *Linguaggio e cinema*. Milà: Bompiani, 1977 (Studi Bompiani, 20)
- MEYER, L.B. *Emoción y significado en la música*. Madrid: Alianza Música, 2001.
- MONTIEL, A. *Teorías del cine. Un balance histórico*. Barcelona: Montesinos, 1992 (*Biblioteca de divulgación temática*, 60)
- MORIN, E. *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona: Paidós, 2001 (*Paidós Comunicació*, 127)
- MORRIS, Ch. *Fundamentos de la teoría de los signos*. 2a. Ed. Barcelona: Paidós, 1994 (*Paidós Comunicación*, 14)
- MORRIS, R.C. *A Preface to Logic*. Nova York: Henry Holt & Co. 1944
- OLARTE, M. (ed.). *La música en los medios audiovisuales*. Salamanca: Plaza Universitaria Ediciones, 2005
- OLARTE, M. (ed.). *Reflexiones en torno a la música y la imagen desde la musicología española*. Salamanca: Plaza Universitaria Ediciones, 2009
- OLSEN, G. D. “The influence of silence and background music on recall and attribute importance”. *Journal of Advertising*, hivern 1995
- PACHECO, M.(coord.). *La publicidad en el contexto digital. Viejos retos y nuevas oportunidades*. Sevilla: Comunicación Social, 2008 (*Publicidad*, 9)
- PAHISSA, J. *La música y el hombre*. Barcelona: Ediciones Don Bosco, 1980
- PALLARÈS, F.; GIFREU, J.; CAPDEVILA, A. (eds.). *De Pujol a Maragall. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2003*. Barcelona: Documenta Universitària, 2007 (*Única Estudis*, 1)
- PANIKKAR, R. *El silencio del Buddha. Una introducción al ateísmo religioso*. Madrid: Siruela, 1997

- PAVIS, P. *Diccionario del teatro (dramaturgia, estética, semiología)*. Barcelona: Paidós, 1984
- PLUTCHIK, R. *Emotions and life. Perspective from Psychology, Biology, and Evolution*. Washington D.C.: American Psychological Association, 2003
- POYATOS, F. *La comunicación no verbal. Vol. I. Cultura, lenguaje y comunicación*. Madrid: Istmo, 1994
- QUINTANA, A. *Fábulas de lo visible. El cine como creador de realidades*. Barcelona: Quaderns Crema, 2003 (*El Acantilado*, 67)
- RADIGALES, J. *Sobre la música. Reflexions a l'entorn de la música i l'audiovisual*. Barcelona: Trípodos, 2002 (*Papers d'estudi*, 7)
- RADIGALES, J. *Del Walhalla a Jerusalem. Wagner i la política*. Barcelona: Angle Editorial, 2005
- RADIGALES, J. "El videoclip com a obra d'art total. Sobre 'Africa Shox' (Leftfield), de Chris Cunningham. Barcelona, *Trípodos*, núm.17, 2005 (p. 191-200)
- RADIGALES, J. *La música en el cinema*. Barcelona: UOC, 2007 (*VullSaber*, 52)
- RAMÍREZ, J.L. "El significado del silencio y el silencio del significado". A: CASTILLA del PINO (comp.). *El silencio*. Madrid: Alianza Universidad, 1992
- REQUEJO, F. *Las Democracias : democracia antigua, democracia liberal y estado de bienestar*. Barcelona: Ariel, 1990
- REQUEJO, F. *Federalisme plurinacional i estat de les autonomies. Aspectos teòrics i aplicats*. Barcelona: Proa, 2003 (*La mirada social*, 63)
- REQUEJO, F. "Political Liberalism and multinacional democracias: some analytical and moral shortcomings", A: *Multinacional Federalism and Value Pluralism*, chap.1, Londres-New Cork: Routledge, 2005
- REQUEJO, F.; GONZALO, E. *Desigualtats en democràcia. Les teories de la justícia socioeconòmica al segle XXI*. Vic: Eumo Editorial, 2009 (*Referències* 51)
- RODRIGO, M. *Los modelos de la comunicación*. 2a. Ed. Madrid: Editorial Tecnos, 1995
- RODRIGO, M. *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: UAB – Servei de Publicacions, 2001 (*Aldea Global*, 11)

RODRÍGUEZ, A. *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Barcelona: Paidós, 1998 (*Papeles de Comunicación*, 14)

RODRÍGUEZ, A. “¿Nombre de la ciencia que estudia los procesos de comunicación?”. Sense publicar. Salamanca: Ponència al Congrés Internacional *Comunicación, Universidad y Sociedad del Conocimiento* (Universidad Pontificia de Salamanca), 2002

ROMÁN, A. *El lenguaje musivisual. Semiótica y estética de la música cinematográfica*. Madrid: Visión Libros, 2008

RUIZ, J.I. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto, 1996 (*Seria Ciencias Sociales*, 15)

SCIACCA, M.E. *El silencio y la palabra (Cómo se vence en Waterloo)*. Barcelona: Luís Miracle, 1961

SABATÉ, J. *La publicitat*. Barcelona: Pòrtic, 1997 (*Pòrtic Temes*, 1)

SÁEZ, F. *Comunicació i argumentació*. Barcelona: Trípodos, 2003 (*Papers d'Estudi*, 9)

SÁEZ, F. *Què (ens) passa? Subjecte, identitat i cultura en l'era de la simulació*. Barcelona: Proa, 2003 (*La mirada filosòfica*, 61)

SÁEZ, F. *La participació política*. Barcelona: UOC, 2007 (*Vull Saber*, 49)

SANTACREU, O.A. *La música en la publicidad*. Tesi de doctorat. Sense publicar. Universitat d'Alacant, 2002

SARTORI, G. *Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Fondo de Cultura Económica de España, 2003 (Cuadernos de la Cátedra Alfonso Reyes)

SAVILLE-TROIKE, M. “The place of silence in an integrated theory of communication”. A: TANNEM, D.; SAVILLE-TROIKE, M. *Perspectives on silence*. Norwood: Alex Publishing Corporation, 1985

SCHWARZ, N. “Emotion, cognition, and decision making”, *Cognition and Emotion*, núm. 14, vol. 4, 2000, pp. 433-440

SERAFINE, M.L. *Music as Cognition. The Development of Thought in Sound*. New York: Columbia University Press, 1988

SUNDBERG, J.; LINDBLÖM, B. “Generative theories for describing Musical Structure”. A: HOWELL, P; WEST, R; CROSS, I. *Representing Musical Structure* (pp. 245-272). London: Academic Press. Cognitive Science Series, 1991

- SHAEFFER, P. *Tratado de los objetos musicales*. Madrid: Alianza Música, 2003
- SHIFFMAN, H.R. *La percepción sensorial*. México D.F.: Limusa, 1997
- STEFANI, G. *Comprender la música*. Barcelona: Paidós, 1987 (Instrumentos Paidós, 3)
- STEINER, G. *Presencias reales*. Barcelona: Ediciones Destino, 2001 (*Ensayo*, 925)
- TATARKIEWICZ, W. *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Madrid: Tecnos, 1996
- TAYLOR, D. T. "World music in Television Ads". *American Music*, Vol. 18, Núm. 2 (Summer, 2000), pp. 162-192
- TERRÓN, J.L. *El silencio en el lenguaje radiofónico*. Tesis doctoral. Sense publicar. 2 vols. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat, U.A.B., Bellaterra, 1991
- THÉBERGE, P. "Historical and Technological Paths to a New Ideal In Music Making", *Social Studies of Science*, Vol. 34 (2004), Núm. 5, *Special Issue on Sound Studies: New Technologies and Music* (octubre), pp. 759-781
- TOCH, E. *La melodía*. 2a. Ed. Barcelona: Editorial Labor, 1985.
- TORRAS, D. *Ús i interpretació del silenci en l'audiovisual. Un cas pràctic: les pel·lícules dels Germans Marx*. Sense publicar. Tesina de doctorat. Universitat Ramon Llull, 2007
- TORRAS, D. "Escolta la web! Estètica, funcions i tipologia de la música i el silenci en els cyberspots amateurs de propaganda política", *Trípodos*, Extra 2009, Vol.2, pp. 1041-1051
- TRESSERRAS, M. *L'encontre estètic*. Barcelona: Dèria Editors, 1997 (*Papers d'Estudi*, 2).
- VELÀZQUEZ, T. *Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona: Ariel, 1992
- V.V.A.A. *La música i el seu reflex en la societat*. Barcelona: Indigestió, 2009 (*Idees per la música*, 4)

.



Annex 1

Protocol conjunt d'anàlisi de la música i el silenci en els espots electorals

Núm.:

Títol:
Partit/Candidat:

Eleccions:

Duració:
País:

Producte	Codis	Temps audiovisual
	Imatge	
	Gràfics/text	
	Veü	
	Música	
	Sorolls/efectes	
	Silenci	

Música		Blocs de música - identificació			
	Trets	Bloc 1	Bloc 2	Bloc 3	Bloc 4
	Títol				
	Estil				
	Tempo				
	Instrumentació				
	Textura				
	Compositor				
	Connotacions				

Música 2		Blocs de música – relació imatge			
	Paràm.	Bloc 1	Bloc 2	Bloc 3	Bloc 4
	F. articuladora				
	Justif. òptica				
	Coherèn. Arg.				
	Int. semàntica				
	Ub. muntatge				
	Ub. narració				
Pla auditu					

Silenci		Silenci audiovisual			
	Trets	Silenci 1	Silenci 2	Silenci 3	Silenci 4
	Tipologia				
	Duració				
	Gràfic de la transició				

Model	Codis	Model spot electoral
	Relacions	
	Func. Música	
	Func. Silenci	
	Estètica	

Títol:

		Blocs de música			
Funcions		Bloc 1	Bloc 2	Bloc 3	Bloc 4
Funcions música	Funcions expressives				
	Funcions estètiques				
	Funcions estructurals				
	Funcions narratives				

		Silenci audiovisual - funcions			
Funcions		Bloc 1	Bloc 2	Bloc 3	Bloc 4
Funcions silenci	Funcions expressives				
	Funcions estètiques				
	Funcions estructurals				
	Funcions narratives				

Observacions:

Adreça spot electoral
 Enllaç:
 URL:
 Arxiu: Format:



Annex 2

Graella analítica-comparativa dels espots electorals



Annex 3

Índex de taules

Índex de taules de la investigació

Pàgina

Taula 2.1.

Emmarcament de l'objecte d'estudi de la present investigació 50

Taula 2.2.

Drets i llibertats que Dahl proposa com a requisits de la democràcia 61

Taula 2.3.

Paràmetres d'anàlisi de la banda sonora musical segons Lluís i Falcó 114

Taula 2.4.

Síntesi dels conceptes, teories i paradigmes recollits en el marc teòric 117

Taula 3.1.

Transició del que és físic al que és art 159

Taula 3.2.

Tipologia bàsica dels silencis segons la relació so-silenci 226

Taula 3.3.

Funcions de la música adaptades a les possibilitats del silenci 236

Taula 3.4.

Quadre comparatiu de les funcions del silenci 239

Taula 4.1.

Paràmetres de l'anàlisi de la banda sonora 256

Taula 4.2.

Resum de les funcions de la música al cinema segons Fraile 263

Taula 4.3.	
Síntesi de les fases i passes del procediment analític de la investigació.....	280
Taula 6.1	
Correlació entre la funció articuladora i el pla auditiu de la música	321
Taula 6.2	
Taula classificatòria dels submodels de la música protagonista	323
Taula 6.3	
Taula classificatòria dels submodels de silenci protagonista	325
Taula 6.4.	
Taula classificatòria dels submodels de veu protagonista	327
Taula 6.5	
Models funcionals de la música en els espots	329
Taula 6.6	
Models funcionals del silenci audiovisual en els espots electorals	331
Taula 6.7	
Esquema del model general de la música i el silenci en l'espot electoral ..	339
Taula 6.8	
Model general dels silencis en els espots electorals	341
Taula 7.1	
Relació entre els models formals i els models protagonistics	358

Annex 4

Índex de gràfics

Índex de gràfics de la investigació

	Pàgina
Gràfic 2.1.	
Les dues dimensions de l'espai de comunicació	58
Gràfic 2.2.	
Esquema dels sistemes, segons Dahl, atenent el grau de participació i debat públic	62
Gràfic 2.3.	
Intercanvis entre el sistema polític i l'ambient total	66
Gràfic 2.4.	
Model simplificat del sistema polític segons David Easton	68
Gràfic 2.5.	
Elements relacionats amb la investigació principal	95
Gràfic 2.6.	
El paradigma lingüístic de Saussure	98
Gràfic 2.7.	
Model semiòtic d'Umberto Eco	100
Gràfic 2.8.	
Model dels mecanismes d'escolta, d'Àngel Rodríguez	105
Gràfic 3.1.	
Classificació dels processos cognitius segons Serafine	173

Gràfic 4.1.	
Full de Protocol. Pàgina 1. Fase 1	265
Gràfic 4.2.	
Escala d'intensitat i tempo	267
Gràfic 4.3.	
Full de Protocol. Pàgina 2. Fase 2	269
Gràfic 4.4.	
Taula-resum de la valoració del silenci. Pàgina 2. Fase 2	271
Gràfic 5.1	
Èpoques d'edició dels espots analitzats	292
Gràfic 5.2	
Origen geogràfic per continents dels espots analitzats	293
Gràfic 5.3	
Fonts d'on procedeixen els espots electorals	294
Gràfic 5.4	
Espots amb música i sense música	295
Gràfic 5.5	
Estils musicals dels blocs dels espots electorals	296
Gràfic 5.6	
Tempo dels blocs musicals dels espots electorals	297
Gràfic 5.7	
Funció articuladora de la música dels espots electorals	298

Gràfic 5.8	
Justificació òptica de la música dels espots electorals	299
Gràfic 5.9	
Coherència argumental de la música dels espots electorals	300
Gràfic 5.10	
Interacció semàntica de la música dels espots electorals	301
Gràfic 5.11	
Ubicació al muntatge dels blocs musicals dels espots electorals	302
Gràfic 5.12	
Ubicació a la narració dels blocs musicals dels espots electorals	303
Gràfic 5.13	
Pla auditiu de la música dels espots electorals	304
Gràfic 5.14	
Comparació dels espots amb la funció musical expressiva	305
Gràfic 5.15	
Funcions de la música en els espots electorals	306
Gràfic 5.16	
La subfunció de to emotiu general en els espots electorals	307
Gràfic 5.17	
Subfuncions de la música en els espots electorals, excepte to emotiu general	308
Gràfic 5.18	
Presència del silenci audiovisual en els espots electorals	309

Gràfic 5.19	
Quantitat de silencis audiovisuals en els espots electorals	310
Gràfic 5.20	
Tipologies de silenci audiovisual en els espots electorals	311
Gràfic 5.21	
La funció expressiva en el silenci audiovisual dels espots electorals	312
Gràfic 5.22	
Les funcions del silenci audiovisual en els espots electorals	312
Gràfic 5.23	
Quantitat de blocs de música en els espots electorals	313
Gràfic 5.24	
Quantitat de blocs musicals en els espots electorals amb música	314
Gràfic 6.1	
Representació gràfica del model de música protagonista	323
Gràfic 6.2	
Representació gràfica del model del silenci protagonista	324
Gràfic 6.3	
Representació gràfica del model de veu protagonista	326
Gràfic 6.4	
Representació dels models de diferenciació de les parts del discurs	334
Gràfic 6.5	
Representació de la música i el silenci en l'opció de canvi	336

Gràfic 6.6

Representació de la identificació d'“ells” i “nosaltres”

amb música i silenci 337



Universitat Ramon Llull

Aquesta Tesi Doctoral ha estat defensada el dia ____ d _____
de 2010

al Centre

de la Universitat Ramon Llull

davant el Tribunal format pels Doctors sotasignants, havent obtingut la
qualificació:

President/a

Vocal

Vocal

Vocal

Secretari/ària

Doctorand/a

*C. Claravall, 1-3
08022 Barcelona
Tel. 936 022 200
Fax 936 022 249
E-mail: urlsc@sec.url.es
www.url.es*

