



Méndez Rubio, Antonio. *Comunicación musical y cultura popular. Una introducción crítica*. Valencia: Tirant Humanidades, 2016, 407 pp.

Quienes hemos centrado nuestro interés intelectual en la música popular estamos hoy condenados a sentirnos como el Rey Pescador en *La tierra baldía*. “Me senté en la orilla a pensar. ¿Pondré por lo menos mis tierras en orden?”. Cuando se comenzaba a consolidar un corpus de trabajos que diesen forma al campo a la manera de otros países, la música se vio agitada por diferentes crisis, transformaciones, reconversiones y catástrofes que desplazaron su antigua centralidad en la cultura contemporánea. Toca pensar la música desde esa orilla, con un territorio quebrado a nuestras espaldas.

En este libro Antonio Méndez Rubio, uno de los primeros que se atrevió a hincarle el diente a la música popular desde las facultades de comunicación, traza una cartografía que sirva, al tiempo, para pensar lo que la música popular ha sido hasta ahora y lo que puede ser en el futuro cercano. Lo hace de una manera enciclopédica, en dos acepciones del término bien queridas por los estudios de comunicación: enciclopedia como ese compendio ordenado de saberes y referencias que permiten conocer un objeto, pero también, a la manera de Eco, como esquemas que permiten la comunicación entre personas en el marco de un sistema cultural. Para quienes quieran empezar a pensar las complejidades de la música, este es un texto excelente: permite conocer los grandes temas y las grandes controversias que han agitado las valoraciones culturales de la música, ofrece infinitas referencias y ejemplos, mezcla textos periodísticos, libros académicos, ensayos, videoclips, películas, discos y canciones. Para aquellos que ya están familiarizados con el campo, delinea una genealogía de la música popular que permite entrar al debate de manera informada, crítica y reflexiva.

Como no podía ser menos, Méndez Rubio arranca su análisis en el problema que ha paralizado a buena parte de los investigadores de la música desde el campo de la comunicación: el significado de la música. Brillantemente, es capaz de elevarse por encima de los debates formalistas para proponer que la música popular debe ser entendida desde una dimensión pragmática si queremos captar su significado como fuerza social. Aceptemos, con Oliver Sacks, que a la música “le falta poder de representación” (9); pero no tomemos esta afirmación como una falla, sino como una potencialidad. Reflexionando sobre la paradoja de que para muchos nuestra identidad cultural ha sido modelada por canciones “en una lengua que más o menos se reconocía, pero que no se entendía”(59), llegamos a la conclusión de que esa disponibilidad del sonido para ser apropiado, para ponerlo al

servicio de nuestras necesidades expresivas, es dónde radica el poder de la música. Como oyentes, creamos infatigablemente, activamente, nuestros significados a partir de los que otros nos proponen.

Esta dinámica de apropiación de los significados de las canciones, desde una dimensión pragmática e inserta en la cultura, articula buena parte de los problemas abordados en el libro. La música popular es entendida como un proceso de diálogo que arranca de un pacto entre élites y masas populares y que “mediará de manera crucial en el horizonte de una sociedad interclasista y democrática” (18). Es decir, se trata de pensar el poder comunicativo de la música inserto en el entramado de relaciones sociales y, por tanto, de las posiciones de poder y de los dispositivos culturales de dominación y resistencia (una palabra manoseada que, de manera perspicaz, no aparece demasiadas veces en el libro).

La posición de prestigio de ciertas músicas (la clásica vs la popular, el rock vs el pop) forman parte del significado de la música, al tiempo como proceso y como resultante de este. La consolidación de la armonía o del contrapunto son formas de gestionar los afectos de los públicos y las necesidades de dar naturaleza expresiva a las condiciones emergentes en un momento histórico concreto (del mismo modo, apunta Méndez Rubio, que sucedió en pintura con el uso de la perspectiva; una investigación que ponga en paralelo ambos procesos sería enormemente relevante).

Las diferentes oleadas que proyectan las músicas negras hacia los públicos masivos, básicamente blancos, son analizadas a la luz de estas tensiones sociales históricamente situadas. La eclosión del rock and roll de la mano de Elvis Presley, o la elevación del hiphop a las listas de éxitos con Eminem, no dejan de ser ejemplos ilustrativos de cómo nuestra sociedad y nuestras “industrias creativas” gestionan la diversidad y la alteridad, amenazante al tiempo que excitante. Más allá de interpretaciones maniqueas sobre la maldad intrínseca de la industria del disco, el análisis cultural de la música que Méndez Rubio lleva a cabo muestra que estos procesos son complejos, contradictorios y jamás unidireccionales.

Un buen ejemplo es su evaluación del papel de los Beatles en la música popular. Si su disco Sargent Pepper`s Lonely Hart Club Band es celebrado universalmente como uno de los grandes logros creativos del rock, que eleva su consideración social hacia la categoría de arte, es también cierto que este proceso se lleva a cabo excluyendo aquellos elementos que catapultaron la carrera de Lennon y compañía: el pulsoailable, la herencia del soul y el rock and roll, la energía del directo, la apelación a un público juvenil y femenino....

Estas mismas tensiones entre los elementos ligados a los grupos subalternos y los gestionados desde las élites culturales y las industrias culturales permean también el análisis del poder de la imagen en relación con la música popular. Analizar el rock y el pop no es sólo detenerse en los sonidos, sino, necesariamente, reparar en las imágenes que los acompañan. Elvis se convierte en estrella mundial gracias al éxito de sus películas y, décadas después, este hermanamiento de lenguajes toma las riendas del campo con el nacimiento de la MTV y la consolidación el videoclip como formato esencial de circulación de las canciones. Si bien podemos entender esta sinergia de lenguajes como una “esquematisación de la escucha al quedar esta reinsertada en una más amplia situación de recepción”,

también es cierto que al producirse más materiales simbólicos y más posibilidades de combinación, estamos ante un entorno altamente polisémico. La existencia de películas formalmente arriesgadas y tan tremendamente deudoras de la estética del videoclip como *Moulin Rouge* (¿quién se atrevió antes a mezclar Nirvana y Madonna con la *absenta* y la bohemia parisina?) ofrece una vía de discusión más abierta a este campo de tensiones.

Es cierto que el videoclip alteró las dinámicas de la música popular, reconstruyó el star system y las reglas de juego de la industria, generó nuevos hábitos de consumo y de producción, pero las nuevas generaciones heredan ese panorama en la música popular y lo amplifican al integrarlo en la cultura de internet. La música popular de nuestro momento circula entre teléfonos móviles, se visualiza en YouTube, se valora en las redes sociales, nace y muere en el espacio de un pestañeo, se expande por canales a menudo no controlados o previstos. Estas nuevas realidades no son abordadas en el libro, pero es cierto que esa ya no es la tierra en desorden a nuestras espaldas, sino una nueva orilla que se perfila a lo lejos ante los ojos del Rey Pescador.

Héctor Fouce
Universidad Complutense de Madrid
hector@fouce.net