

11. Lo musical cinematográfico en el cruce

DOSSIER

DANIELA
KOLDOBSKY

Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada
Año IV, # 9, Primer semestre 2013
Buenos Aires ARG | Págs. 152 a 161

Para Sandro

152

A partir del momento en que el cine se convirtió en sonoro, la música tuvo en él un lugar privilegiado. Muchos de sus análisis –especialmente los que siguieron al concepto de audiovisión de Michel Chion– indican que ella es fundamental en el cine, y que junto con la presencia del resto de los sonidos, constituye un lenguaje *otro* que el del cine mudo. La música que se estudia en este trabajo es la que puede entenderse como la más explícita, la que ha dado lugar a un género cinematográfico con una larga historia y momentos de dominancia: el musical¹ o, en su defecto, la de aquellos films que aunque no se consideren musicales la incluyen de manera ostensible, por ejemplo cuando tematizan algo vinculado a lo musical o cuando la música ocupa un lugar importante en la diégesis (los films de animación considerados infantiles por ejemplo).

Si bien en la actualidad el musical funciona como un género incluyente –ya que puede convocar por ejemplo elementos del policial o del género biográfico (*biopic*)–, el musical cinematográfico ha sido un género dominante entre las décadas de 1930 y 1950, hasta el punto de que los grandes estudios cinematográficos de Hollywood contaban con equipos de dirección, técnicos y actorales que sólo se dedicaban a él. Lo que caracteriza al cine musical y lo diferencia del resto de los géneros es que tiene el privilegio de imponer un verosímil² no naturalista.

- 1 Gran parte de los resultados que se exponen aquí son fruto del trabajo práctico realizado entre 2004 y 2008 con los alumnos de las comisiones de Semiótica de la carrera de Ciencias de la Comunicación (FCS, UBA), en la que nos ocupamos de evaluar la comunicación gráfica de los films con músicos (como parte del grupo Ubacyt dedicado a investigar medios de sonido dirigido por José Luis Fernández). Finalmente, algunas observaciones corresponden a una beca de investigación otorgada por la Universidad Nacional de La Plata entre 1997 y 1999, acerca de la figuración de los músicos en el cine argentino.
- 2 Según Metz lo verosímil “es, desde un comienzo, reducción de lo posible, representa una restricción *cultural y arbitraria* de los posibles reales, es de lleno censura: sólo ‘pasarán’ entre todos los posibles de la ficción figurativa, los que *autorizan* los discursos anteriores” (Metz 1970).

La inserción de personajes cantando y bailando en cualquier momento del relato introduce la ruptura con el verosímil “de la vida” en el interior de la diégesis³ fílmica misma.⁴

El objeto de este trabajo es tanto el musical como género, lo musical en los términos antes dichos, pero también los músicos que se constituyen en este tipo de cine, de allí que de aquí en adelante se prefiera decir “lo musical cinematográfico” más que “el musical cinematográfico”. En primer lugar, se intenta dar cuenta de la diversidad de lo musical cinematográfico a partir de los modos en que él se ha presentado a la mirada pública, y en particular a partir del análisis de su comunicación gráfica.⁵ Esto exige una aclaración en relación con el sesgo que el objeto elegido imprime al análisis, ya que entendemos, siguiendo a Oscar Traversa, que la publicidad —por formar parte del ciclo económico en tanto articuladora entre un producto y sus eventuales consumidores— antes que ser un discurso engañoso, ofrece un “exceso de verdad” que se fundamenta en su carácter de discurso interesado. Y —lo que es especialmente importante para este trabajo— ella se conforma como un “arte del consuelo, que finalmente constituye la memoria social, no del dispendio sino de las faltas” (TRAVERSA 2003). Creemos entonces que si en la publicidad se observa una memoria de las faltas, estudiar los modos en que los avisos del musical cinematográfico hablan de la música y sus músicos, es también una manera de reconstruir el funcionamiento del deseo en la vida social. Además, como se podrá observar, esos modos implican diferentes posicionamientos respecto de la relación con el objeto —el film— del que dan cuenta. Entre ellos, se han detectado los siguientes:

153

“tanto por suma de fragmentos como por condensación, el aviso funciona como presentación de ‘algo del film’, es decir cerca de una modalidad transpositiva que se completa con un tono de comentario laudatorio. Pero en ocasiones se ubica más plenamente en el lugar de un comentario, con cierta distancia e incluso presentándose como guía de lectura del film, por lo tanto más del metadiscurso que del esfuerzo transpositivo. En ese caso no tenemos algo del film, sino una cierta lectura de él que se podría definir como autoral” (KOLDOBSKY 2005).

En segundo lugar, se analiza en particular lo musical cinematográfico cuando en los films se incluye la presencia de músicos, *reales* o no, en una historia de ficción o no, en la búsqueda de aportar no solamente al estudio del campo sino, especialmente, a lo que se considera como un modo de procesamiento de la música que es específico de la sociedad contemporánea y que —como se dijo— no

- 3 El concepto de diégesis define el universo ficcional construido por el film.
- 4 Si bien lo que se puede definir como musical clásico —el realizado por el cine industrial norteamericano en las décadas citadas— utiliza la música como vehículo de mostración de una mirada gozosa de la vida; y ello define un horizonte temático, lo que define al género no es esto sino el lugar fundamental que ella tiene en la diégesis. La música no necesariamente se introduce posibilitando la continuidad de la acción, sino por ejemplo como corte puro, es decir suspendiendo la línea diégetica; o en una relativa suspensión del eje temporal y con una impronta fuertemente descriptiva (BEJARANO PETERSEN, 2000).
- 5 El corpus está conformado por los avisos gráficos de films musicales aparecidos entre 1930 y 2008 en los principales diarios argentinos (según la década se trata de *Crítica*, *La Nación*, *Clarín* y *Página 12*).

excluye la de un particular funcionamiento del deseo. Es en ese sentido que este trabajo —que se focaliza en discursos de un medio audiovisual— se puede incluir en un dossier dedicado a los medios de sonido.

En un trabajo anterior (2006-2008) se decía que en tanto la emergencia de los medios de sonido permitió por primera vez la escucha *ciega* —sin contacto visual con la fuente sonora— el cine restituía ese contacto visual que —especialmente en el caso de ciertos géneros populares como el rock y el pop— incluía un espectáculo de mucho despliegue visual.⁶ Por lo tanto, el cine es también una de las formas por las que se restituye el espectáculo y la práctica de encuentro social a la vivencia de lo musical, una vez que la radio y el fonógrafo permitieron la escucha solitaria de la música en el ámbito privado de la casa. Sin embargo, en ese trabajo (realizado fundamentalmente respecto del cine con músicos hasta la década del ochenta) se presentaba una hipótesis acerca de la presencia de los músicos en el cine que indicaba que con la aparición del video clip, los canales de televisión temáticos y otras formas específicas del discurso audiovisual vinculado con la música, ese cine disminuiría. Cuando en los dos años siguientes se analizaron los filmes con músicos de la década del noventa y los primeros años del siglo XXI, se comprobó que en lugar de disminuir, lo que ocurría era que cambiaban los modos en que los músicos se hacían presentes en el discurso cinematográfico. Los argumentos que sostienen esto son parte de lo que se expone aquí.

Hacia una taxonomía de lo musical cinematográfico

154

A pesar de que luego del momento de dominancia del musical clásico de Hollywood disminuyó la presencia del género en la producción cinematográfica, la publicidad gráfica en diarios argentinos (1930-2008) muestra que no han dejado de estrenarse (o reponerse) filmes con música en las salas comerciales argentinas. El análisis realizado revela que durante las ocho décadas de existencia del cine sonoro, lejos de presentarse en forma unívoca y homogénea, el género musical y lo musical en el cine desplegó formas diversas y también diversas estrategias de comunicación. Ello permite proponer una clasificación que, antes que definir diferencias entre los films con música, presenta sus diferentes modos de comunicación gráfica. Por esa razón esos modos son denominados *Estrategias de la publicidad gráfica*. De lo dicho hasta aquí se infiere sin embargo su utilidad para reconocer particularidades de este cine, y también para observar el lugar ocupado por la música y los músicos en los avisos.

El siguiente cuadro muestra los cinco modos de la presencia de lo musical cinematográfico según su publicidad gráfica, que se explican a continuación, e indica los momentos en que cada estrategia ha tenido mayor presencia. Del último de ellos, definido en principio como *Cine con músicos*, se desplegará luego otro cuadro.

6 Junto con los nombrados, forman parte de ese sistema de medios la gráfica y, a partir de su aparición, la televisión. Por supuesto ellos también aportan el componente visual. Sobre el lugar que lo visual ocupa en torno de los medios de sonido, que excluyen lo visual por definición, se puede consultar “Momentos de visualidad en lo fonográfico”, Fernández, J.L. y equipo (Damián Fraticelli, Matías Gutiérrez Reto, Rubén Hitz y Santiago Videla) (2008), cuya última versión se encuentra *Revista LIS (letra, imagen sonido)*, N° 2, diciembre de 2008.

Estrategia de la publicidad gráfica de films musicales	1-Historia de ficción con música	2-Historia en la que un género musical es el elemento convocante	3-Historia en la que el baile es el elemento convocante	4-Cine de animación en el que la música tiene un lugar privilegiado	5-Cine con músicos
Momentos de presencia (entre 1930 y 2008)	A partir de la emergencia del musical. Decae en la década del ochenta y en el dos mil vuelve a aparecer	A partir de la emergencia del musical. Decae en la década del ochenta	Durante todo el período	A partir de 1940, con especial presencia en la década del noventa	Durante todo el período

Si bien se pueden reconocer cinco modos de presentación del cine con presencia de lo musical en su publicidad gráfica, en muchos avisos se pueden reconocer rasgos que pertenecen a más de una de ellas. Por ejemplo, los avisos de films como *Rock, rock y rock* (1957, Alan Freed y otros) y *Del cuplé al tango* (con Virginia Luque, 1959), presentan tanto elementos de la estrategia que toma al género musical (que aparece directamente nombrado en el título del film) como elemento convocante, como la que tiene al baile como tal, ya que la imagen del aviso es de una pareja bailando ese ritmo musical y, por supuesto, de algún modo todos los filmes que se inscriben en el género musical no dejan de estar organizados en forma de un relato de ficción, lo que no deja de incluirse en la clase general de *Historia de ficción con música* (pueden aparecer algunas pocas excepciones que no se presentan como ficción sino más bien como documental, como se observará en algunos filmes de la última clase de *Cine con músicos*).

La estrategia que presenta al film como una *Historia de ficción con música* es fundadora del género musical y de su verosímil absolutamente cinematográfico. Si bien en muchos casos proviene del musical teatral, con el cine adquirió un conjunto de rasgos como la denominada *puesta caleidoscópica*, que —a diferencia del punto de vista único propio del escenario teatral— implica la intervención de múltiples lugares (cámaras, puntos de vista) desde los cuales se presenta el acto musical y/o de baile. En la línea de la comunicación gráfica de todo el cine de ficción ella presenta al film a través de títulos, *slogans* y/o comentarios que dan cuenta de una historia convocante. Sin embargo, algún elemento verbal o icónico muestra el lugar ocupado por la música (es definido como film musical, o aparecen en la imagen pentagramas, instrumentos musicales, una o más escenas de baile). *El ladrón canta boleros* (1951, Cahen Salaberry, Figura 1), *Música y lágrimas, la vida de Glenn Miller* (*The Glenn Miller Story*, Mann, 1955) son ejemplos de esta estrategia.⁷ Respecto de sus protagonistas, aunque sean reconocidos del género (Gene Kelly por ejemplo, o algún caso de Sandro como el film *Muchacha*, de Leo Fleider, 1970), son mostrados como personajes, lo que se diferencia en gran medida de gran parte del *Cine con músicos*, estrategia en la que predomina el músico como celebridad.

7 En este caso en general las imágenes del aviso funcionan como fotogramas de fragmentos del film (una pareja besándose, un grupo de amigos, un hombre trabajando con un carro, soldados haciendo música, etc), el texto escrito da cuenta del tema del film o algo de su argumento, y convoca al entretenimiento, al drama o al romanticismo por ejemplo. Aunque el tema del film esté vinculado a lo musical (la historia de un músico famoso por ejemplo: un biopic), se informa sobre ese tema y argumento. Por lo tanto se construye un enunciador que habla desde lo cinematográfico más que desde lo musical y un enunciatario que no es un cinéfilo ni un amante de la música, sino más bien un espectador de cine.



Figura 1

Los avisos de la segunda clase, que se presentan como *Historia en la que un género musical es el elemento convocante*, tienen al género musical en el título de modo casi excluyente. Desde *El cantor de jazz*, con Al Jolson (1930, Figura 2), o *¡Tango!* (1933), primeros filmes sonoros de Hollywood y Argentina, los géneros de la música y en particular los denominados géneros populares, han sido convocantes. Pueden incluir también temas musicales como título del film (*El día que me quieras*, con Gardel y dirigida por Reinhardt en 1935 o *Nubes de humo*, dirigida por Carreras en 1959), y construyen una enunciación más especializada en lo musical que la estrategia anterior, que implica un saber más específico de lo cinematográfico.⁸ El carácter segmentador desde el punto de vista del saber específicamente musical convocado puede explicar su relativa desaparición.

156



Figura 2

En la publicidad de films en la que *el baile es el elemento convocante*, él está presente fundamentalmente a través de la imagen, que describe una escena de danza predominantemente como si fuera un fotograma extraño del film, en un plano general y de cuerpo entero. En estos avisos se argumenta en relación con el baile, la música y el entretenimiento, con cierto tono gozoso o apasionado vinculado a la acentuación del carácter de espectáculo para los sentidos que el género posee. *El bailarín enamorado* (1938), con Fred Astaire, *Breakdance* (1984), *Carmen* (Saura, 1985), *Baila conmigo* (*Dance with me*) (Haines, 1998) o *Step up* (Fletcher, 2007) son algunos ejemplos.

8 El aviso también puede incluir un listado de los temas musicales presentes, y muchas veces segmenta no solamente respecto de un género musical sino de una generación (la juventud por ejemplo) o un estilo nacional (la música española por ejemplo).

Respecto del *Cine de animación en el que la música tiene un lugar privilegiado*, se pueden encontrar sus raíces en el célebre *Fantasía*, de 1940, una producción de Disney dirigida por Algar y Armstrong que funda una modalidad del cine de animación que, si bien fue característica de toda la historia de la productora de filmes infantiles, es retomada con fuerza en la última década del siglo XX. Sin embargo, una de las diferencias de *Fantasía* con filmes posteriores como *La bella y la bestia* (1992) o *Pocahontas* (1995), es que en la primera las escenas estaban construidas en torno a famosos temas de la música clásica universal que acompañaban los fragmentos de relato y definían los movimientos coreográficos de los personajes animados. En las últimas, en cambio, se crearon bandas originales que fueron cantadas por célebres artistas de los noventa (diferentes según la versión original en inglés o su adaptación al español). Un caso diferenciado es el film argentino *Manuelita* (1999), creado alrededor de la célebre tortugueta de María Elena Walsh, personaje principal de una de sus canciones infantiles.

El denominado *Cine con músicos*⁹ exige una atención particular, ya que pone en juego de modo más directo que las estrategias anteriores relaciones complejas entre el lenguaje del cine y el de la música, los registros de la ficción y la no ficción, la industria cinematográfica y la discográfica; la especificidad como medio de la radio, la televisión, la gráfica; y los modos en que el cine musical se vincula con ellas y también muestra *la cocina* de su funcionamiento.¹⁰

En el siguiente cuadro se presentan cuatro modos de presencia de los músicos en el cine, siempre en relación con las estrategias de su publicidad gráfica, y a continuación se describen sus diferencias.

157

Estrategia de la publicidad gráfica del Cine con músicos	<i>1-Historia de ficción con músico "real" presentada como tal</i>	<i>2-Historia de ficción con músico "real" presentada como recital filmado</i>	<i>3-Biopic Historia de un músico "real" representada por un actor</i>	<i>4-Documental</i>
Momentos de presencia (entre 1930 y 2008)	Desde los años 30 (Gardel), especialmente en los años sesenta y setenta	Década del sesenta y setenta especialmente	Desde los años 30	Desde los años sesenta, con mayor despliegue en la última década del siglo XX y primera del siglo XXI.
Ejemplos	<i>Tú me enloqueces</i> (Sandro), <i>El mundo es de los jóvenes</i> (Dyango 1971, Figura 3)	<i>El día que me quieras</i> (Carlos Gardel, 1935) <i>Quiero llenarme de tí</i> (Sandro, 1969, Figura 4), <i>Te necesito tanto amor</i> (Elio Roca, 1970)	<i>Albéniz</i> , en los 40, <i>Ray</i> (Ray Charles, 2005, Jamie Foxx), <i>Bolas de fuego</i> (Lee Lewis, por Denis Quaid, 1990), <i>The Doors</i>	<i>Shine a Light</i> (Rolling Stones por Scorsese, 2007)

9 Los definidos como músicos son los cantantes, cantautores y/o intérpretes de instrumentos extrafuncionales de reconocida vida pública.

10 En un trabajo anterior (KOLDOBSKY 2006, 2008) se decía que "Ese cine forma parte además de los mecanismos de distribución de la música y los músicos populares del siglo XX, informando acerca de su existencia y novedades incluso de un modo pedagógico: enseña 'la cocina' del funcionamiento del mercado musical, de las instituciones de la música masiva (discográficas y distribuidoras, representantes y prensa, premios y concursos, etc), de las prácticas sociales vinculadas a ella (recitales cada vez más masivos, danzas y bailes, modalidades de socialidad de las distintas generaciones en relación con la música, la constitución del fan, etc.) en el momento en que comienzan a adquirir las características que todavía tienen hoy".

Las diferencias entre las estrategias uno y dos son estrictamente publicitarias, ya que en ambos casos se trata de filmes ficcionales protagonizados por músicos reconocidos. En el cine argentino esta modalidad fue inaugurada por la presencia de Carlos Gardel en filmes en los que el cantante actuaba en una historia de ficción y además cantaba; continuó con otros cantantes populares en los años siguientes (Alberto Castillo, Hugo Del Carril, Mario Clavel, etc) y se intensificó con la aparición en Estados Unidos de figuras de la música joven como Elvis Presley entre otros, y en Argentina con los ídolos de la música joven en los años sesenta y setenta (Sandro, Palito Ortega, Dyango o Leonardo Favio en la medida en que tuvieron éxito con su música comenzaron a protagonizar películas). Sin embargo, cuando se trata de una *Historia de ficción con música real presentada como tal*, se anuncia por delante esa ficción, y en ese caso la música debe introducirse en el relato de modo tal que sea justificada por ella.¹¹ Si en los filmes de Carlos Gardel —probablemente porque se realizaron en el momento de conformación de los géneros narrativos del cine sonoro— queda clara su constitución como personaje ficcional —aunque una vez que se convirtió en figura pública la publicidad comenzó a presentarlo por sobre el personaje—, en algunos casos se produce una particular articulación entre el músico *real* (en general un ídolo popular) y el personaje ficcional, que no necesariamente reproduce los rasgos de la figura pública. Uno de ellos es el que se observa en *Muchacho* (Leo Fleider, 1970, protagonizado por Sandro) con un *encabalgamiento* de la figura construida en los medios y el personaje ficcional, ya que el artista no compone a un cantante famoso ni un aspirante a tal, sino a un humilde muchacho que vive en una isla del Delta con su anciana abuela (Olinda Bozán) y se gana la vida manejando una lancha para transportar turistas. Ese muchacho se presenta como humilde, tímido y un poco temeroso de su futuro, pero en una escena de baile en una fiesta nocturna, el que baila no es el personaje, sino la figura histriónica conocida por sus movimientos eróticos y extrovertidos, que no concuerdan con las características antes descriptas. Allí se constituye entonces un contrato de lectura¹² en el que el personaje de la historia contada puede “encabalgarse” con el ídolo popular extra cinematográfico (KOLDOBSKY 2006-2008).

En cambio, lo que caracteriza a la *Historia de ficción con música real presentada como recital filmado*¹³ es un conjunto de rasgos de la publicidad gráfica: el título del film es el de una canción *hit*, hay una presencia centralizada y excluyente de la imagen de la figura del músico en el momento mismo de presentar

-
- 11 En el capítulo “Obras de arte en films con artistas”, del Informe final de la Beca de perfeccionamiento de la UNLP realizado en 1999 (Koldobsky), se proponían tres modos de presencia de los fragmentos musicales en el film. El primero es el modo clásico de inclusión de la comedia musical que alterna escenas en que los protagonistas cantan y bailan desplegando la acción del relato o en momentos que se presentan como catalíticos (Barthes), que se observa en el célebre *Cantando bajo la lluvia* de Kelly o en *Tangos, el exilio de Gardel* (Solanas, 1986) en el cine argentino. El segundo es lo que allí se denomina *proto videoclip*, que introduce una canción en un fragmento del film en el que se suspende la acción, y no tiene una relación estrecha con el relato. Un caso interesante de esta estrategia que es casi excepcional es el de *Tango bar* (Reinhardt, 1935), cuando en la primera escena Carlos Gardel canta “Por una cabeza” apoyado en la baranda de un barco que lo alejará de Buenos Aires. Por último, el modo diegético, en el que el relato habilita situaciones narrativas diversas en las que se canta.
- 12 Eliseo Verón propuso la noción de contrato de lectura en “El análisis del ‘Contrato de Lectura’, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, IREP, París, 1985
- 13 Esta estrategia fue desarrollada ampliamente en Koldobsky, D: “El fonografismo visto desde el cine: música, baile y visualidad del artista” *Revista LIS (letra, imagen sonido)*, N° 1, junio de 2008. De allí que aquí se presenta una síntesis.

su show y se atenúa o incluso suprime la alusión a que se trata de un relato y una ficción, ya que el músico está presentado por su nombre o apodo *real* y no del personaje, y se expanden las cualidades vinculadas a su figura (“la mejor voz”, “el ídolo de la juventud”, etc.) más que al relato. En estos avisos se convoca a tener contacto con el ídolo a través de la pantalla cinematográfica, lo que implica un alto grado de presuposición respecto de él y su carrera, y en su mayoría se construye en ellos un enunciatario fan. Durante la década del treinta, en el cine argentino esta estrategia se observa únicamente en ciertos filmes de Gardel, aunque su publicidad gráfica presentaba una complementación con la estrategia anterior. Fue en las décadas del sesenta y setenta cuando se desarrolló de modo más fuerte, con la aparición de los músicos jóvenes nombrados antes.

159

El rasgo particular de esta estrategia —a diferencia de la que anuncia lo que es efectivamente un documental— es que siendo ficción, se presenta desde el aviso gráfico como un recital no ficcional.

El *biopic*, un género cinematográfico que narra sucesos biográficos de personas públicas, encuentra su lugar en la historia de un músico real representada por un actor. En sus avisos gráficos queda claro que el film reconstruye *la vida y la obra* —o fragmentos de ellas— de un músico reconocido, protagonizada por un actor que *actúa de*. En el cine universal se encuentran ejemplos tan diversos como los de Beethoven, Albéniz, o Ray Charles.

Si bien en la actualidad se siguen realizando biopics de músicos, en sintonía con algunos rasgos del estilo de época en ocasiones la comunicación gráfica de los filmes con músicos borra los límites entre la ficción y la no ficción, de tal modo que puede ocurrir que un biopic se confunda con un documental, o viceversa. *Shine a Light* (2007, Figura 5) es un documental que sigue una gira de *Rolling Stones*, pero en el aviso se subraya que está dirigido por Martin Scorsese —un reconocido direc-



Figura 3.



Figura 4.

tor de ficciones cinematográficas. Aunque se trate de un documental que está en la línea de los que comenzaron a aparecer en la década del sesenta como filmaciones de grandes recitales —en Argentina son recordados *Adiós Sui Generis*, de 1976 y *Buenos Aires rock*, de 1983 por ejemplo— y se ubique como ellos en la Estrategia *Documental*, su aviso prefiere la indefinición. En cambio, el del film argentino *Luca vive* (Coscia, 2002) parece colocarse en la posición contraria. Su slogan reza “Los mitos nunca mueren” y muestra la imagen de un hombre de espaldas con el torso desnudo y los brazos en alto, tomando un micrófono, en clara alusión a Luca Prodan. Se trata de un biopic de los últimos momentos de vida del rockero (en el que un actor *hace de* Luca Prodan), pero el aviso juega con la indefinición respecto de si se trata de ficción o documental.



Figura 5.

Conclusión: lo musical cinematográfico en el cruce

Si bien se dijo más arriba que es en el cine con músicos donde se hace evidente la complejidad de las relaciones entre lo musical y lo cinematográfico, tanto respecto de sus aspectos discursivos como de sus prácticas sociales; la clasificación propuesta —cuyo desarrollo justifica un volumen entero más que la escueta síntesis aquí presente— permite realizar algunas observaciones en este sentido.

Si se toma en cuenta el cuadro general de formas de lo musical cinematográfico según su publicidad gráfica, se observa un primer lugar de cruce con el mismo grado de generalidad: el del cine con la música. Y si se considera que el cine es una gran máquina constructora de ficciones del siglo XX, lo que éste muestra —especialmente dado el verosímil no realista que muchas veces construye el musical cinematográfico— es un modo de presencia de lo musical en la vida cotidiana que no es necesariamente el que se produce por fuera de él. Así, por ejemplo, la música y el baile pueden irrumpir en cualquier acción, para mostrar que el espacio y el tiempo se trastocan, que el pensamiento y las acciones de los personajes se convierten en coreografías y que nadie duda de esa lógica.

Pero lo musical cinematográfico no solamente permite otros modos de concebir la lógica de lo real sino que además colabora en la constitución de los grandes géneros de la música popular del siglo XX —esos géneros que no existían por fuera de la mediatización del sonido—, ubicando en un lugar central al tango, el jazz y el rock entre los más importantes. Además *engulle* a los géneros musicales de existencia previa a la mediatización, y reconstruye sus modos de presencia en la vida social. Es en gran medida a través del cine que imaginamos las escenas del vals en las cortes europeas, por ejemplo. Se muestra entonces una doble condición del cine como lenguaje artístico y como medio masivo: por un lado produce e instituye discursividades y prácticas sociales en relación con lo musical; y por otro informa, despliega y así redefine esas mismas discursividades y prácticas sociales.

Cuando se observa un cine que suele ser considerado comercial o *adocenado* como el musical en general y el cine con músicos en particular, rara vez se reconocen los cruces que en él se producen: un músico que es un personaje público representa a otra persona en una ficción que atrae en principio porque es protagonizada por ese músico que es un personaje público; *hits* musicales son convertidos en extensas y audiovisuales historias de ficción; las danzas que se bailan en múltiples situaciones de la vida social son desplegadas y convertidas en grandes proezas del mundo del espectáculo; los músicos cuya figura provoca interés por sus reconocidos talentos artísticos o vinculados con el entretenimiento, son presentados *desde otro lado* cuando se desnudan sus vidas íntimas en los biopics y así son transformados en otra cosa. No parece entonces ser suficiente decir que el cine funciona como caja de resonancia del *star system* y de la industria discográfica y, lo que es más importante, tampoco se puede decir —como pensábamos al encarar el presente trabajo— que el musical cinematográfico funcionó de algún modo como preparatorio de las modalidades audiovisuales específicas de presentación de la música como el videoclip, la televisión musical temática, el dvd e Internet, y que por lo tanto su emergencia sería la causa principal de su muerte o decadencia. Por el contrario, lo musical cinematográfico presenta modos específicos de procesamiento de lo musical en la vida contemporánea, que no son equivalentes a los aportados por los nombrados y que parecen justificar que siga vivo aunque cada tanto se anuncie su muerte.

161

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BEJARANO PETERSEN, C. (2000) "Sobre los rasgos característicos del musical", informe de cátedra. Facultad de Bellas artes, UNLP.
- CHION, M. (1990) *La audiovisión*. Barcelona, Paidós, 1993.
- FERNÁNDEZ, J.L. (2006) *La construcción discursiva de la audiencia radiofónica*. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales (inédito).
- FERNÁNDEZ, J.L. Y EQUIPO (DAMIÁN FRATICELLI, MATÍAS GUTIÉRREZ RETO, RUBÉN HITZ Y SANTIAGO VIDELA) (2008) "Momentos de visualidad en lo fonográfico", en *LIS Letra, Imagen y Sonido. Ciudad Mediatizada*, N° 2, Julio-Diciembre / Segundo semestre, Buenos Aires, Equipo de Investigación UBACyT S094.
- KOLDOBSKY, D. (2006, 2008) "El fonografismo visto desde el cine: música, baile y visualidad del artista" en *LIS Letra, Imagen y Sonido. Ciudad Mediatizada*, N° 1, Marzo-Junio / Primer semestre, Buenos Aires, Equipo de Investigación UBACyT S094.
- (2005) "Música y músicos del cine en el papel: un trayecto metadiscursivo en las décadas del '50 y '60". Ponencia presentada en el III Congreso panamericano de comunicación, Facultad de Ciencias sociales, UBA.
- (1999) *La representación del arte y los artistas en el cine argentino*. Informe final de la Beca de Iniciación a la Investigación, UNLP.
- METZ, C. (1970) "El decir y lo dicho en el cine: Hacia una decadencia de un cierto verosímil", en *Lo verosímil*. Buenos Aires, Edit. Tiempo Contemporáneo.
- MUNSÓ CABÚS, J. (1997) *El cine musical de Hollywood*. Barcelona; Film Ideal. Vol. I y Vol. II.
- TRAVESA, O. (2003) "Las memorias de la publicidad", en *Revista Figuras N° 1/2*, "Memorias del arte/Memorias de los medios. Buenos Aires: IUNA y Asunto impreso ediciones.