

“AQUEST DISC PARLA DE TU” -

MIQUEL PUDDU

UNIVERSITAT DE BARCELONA

Treball final del Grau en Antropologia Social i Cultural - UB

Miquel Puddu Roca

micpudroc@gmail.com

Curs 2013-2014

Tutorització a càrrec de Roger Canals

“Aquest disc parla de tu”

Comunicació, imatge i significació social en la música popular

Abstract: La música popular dels nostres dies constitueix un camp semàntic complex que combina so, imatge i performativitat. Mitjançant un procés dilatat en el temps (que inclou diverses etapes del treball artístic, localitzades al local d’assaig i als estudis de gravació, al camerino i als escenaris), l’espectacle musical vehicula un contingut discursiu que condensa i comunica tot un entramat de significats i referències emocionals, ideològiques i fins i tot identitàries. Independentment del context en què es trobi (directe musical, xarxes socials, entrevistes ràdio-televisives, etc.), l’artista es comunica amb el seu públic mitjançant un discurs (síntesi del seu sentit de la responsabilitat musical i els imperatius de la seva imatge musical) que busca involucrar-lo emocionalment, sensitivament i físicament, esdevenint el centre del que considerem una situació social altament ritualitzada: el concert. En la mesura en què és capaç de connectar amb un conjunt de referents que per al públic tingui sentit, el concert és una experiència que és sovint definida (tant pels emissors com pels receptors) en termes propers al llenguatge de les religions extàtiques.

Paraules clau: Música, Popular, Comunicació, Discurs, Imatge, Públic, Escenari, Etnomusicologia, Mass-media, Ritual.

Índex

<i>Introducció.....</i>	2
<i>Àmbit de la recerca.....</i>	5
<i>Apunt metodològic.....</i>	7
<i>Anàlisi de continguts.....</i>	9
<i>Conclusions.....</i>	17
<i>Bibliografia.....</i>	20

*Als equips de Txarango i de Bonobos,
que vivint en l'ara han animat un camí que espumeja de "som-riures".*

Al "Follet de la música".

Introducció

Walter Benjamin advertia, ja al 1936, que la *reproductibilitat tècnica* de l'art (la possibilitat d'enregistrar, reproduir i distribuir massivament obres i interpretacions fins aleshores úniques a través dels nous mitjans tècnics) transformaria del tot la naturalesa de l'activitat artística¹. En el cas de la música, l'enregistrament implicava la creació d'un material sonor (l'àlbum musical) que es posava a la venda i que, a la llarga, ha portat la música a ser entesa per alguns com a un *producte*: una mercaderia distribuïda a través de la milionària infraestructura industrial que s'ha desenvolupat durant les darreres dècades, la presència de la qual ha implicat canvis fonamentals en la intenció i la metodologia creatives².

En les darreres dècades, les implicacions que ha tingut en la producció musical la seva connexió amb allò que és visual³ (això és, des de la identificació estètica de l'artista fins a la revolució que ha suposat la tècnica omnipresent del videoclip, des de les primeres aparicions de la música representada i ballada a la televisió americana fins al cinema musical), han afegit un altre relleu a la complexitat de la revolució que ja havia suposat la reproductibilitat tècnica. Avui, la relació entre música popular⁴ i imatge arriba al punt que la promoció d'un grup de música és impensable sense

¹ BENJAMIN, Walter: "*La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*", publicat originalment el 1936.

² Respecte aquesta qüestió és especialment recomanable la lectura de "*Sociología del Rock*", (Simon Frith 1980), tot un clàssic de la matèria.

³ A "*La imagen*" (Paidós, 1992), Jacques Aumont planteja un apassionant anàlisi del concepte de la imatge contemporània amb el que coincideixo en bona mesura.

⁴ En aquest article, parlar de música popular (permanentment en contraposició amb l'anomenada música *culta*) no significa parlar de música folklòrica o tradicional sinó de la música "del poble": aquella que és escoltada, repetida, coneguda, apreciada, valorada, popularitzada entre un o diversos sectors del *poble*, feta *per* i *per a* aquest. En la tradició anglosaxona no és necessària aquesta concreció, però sí en l'europea d'àmbit lingüístic romànic, que per a referir-s'hi ha utilitzat sovint els termes "música de masses" o "música dels *mass media*", entre d'altres.

recursos visuals, de la mateixa manera que la imatge sense música que l'acompanyi (quan parlem de cinema, televisió o publicitat) és pràcticament inconcebible.

L'associació directa que s'ha construït, ja a nivell d'inconscient, entre determinades sonoritats rítmiques i tímbriques i determinats comportaments estètics o gestuals —i, més enllà d'això, amb arrels ètniques, creences, postures polítiques, fins i tot filosofies de vida— porta a arribar a la conclusió que esbossava Joan-Elies Adell al principi del seu llibre de 1992: “*al terme del seu procés [de gravació, producció, distribució i difusió] la música, a més de ser codi, esdevé signe i significat*”⁵.

Aquest article és la culminació d'un procés d'investigació que ha durat cinc mesos, però també el primer apunt escrit d'un procés de reflexió que va començar ja fa uns anys quan, enmig d'un episodi proper al pànic escènic, vaig adonar-me que la cerimònia festiva s'oficiava seguint unes normes que desconeixia. La curiositat que em despertà l'ocasió l'he desenvolupat també a l'universitat, especialment arrel d'un treball d'antropologia visual⁶ sobre el concepte d'*imatge musical*⁷, i mitjançant la formació musical o la diversa experiència posterior en escenaris, camerinos i sales d'assaig. Com he tingut ocasió de comprovar, el concert està marcat per una sèrie de directrives, no sempre escrites però relativament estrictes, en relació tant al que es fa sonar com a la manera d'actuar sobre l'escenari, que contribueixen a revestir-lo d'un intens caire ritual. A poques setmanes de començar aquesta investigació, vaig sentir un professor i productor musical de contrastada experiència confirmar la meua intuïció dient als seus alumnes: “*per a moltes persones, el que fem nosaltres a l'escenari és com si fos “màgia”; com a músics, la nostra feina es basa en això, i ho heu de conèixer*”.

Menys de dos mesos després, en una de les primeres trobades que feia amb una de les formacions que he investigat, em comentaven: “*vam deixar tot el que aleshores era la nostra vida per fer un grup. La pregunta era “per què ho volem fer, això? Només per entretenir la gent?”; és clar, no era així: nosaltres volíem seguir participar del món, fent una música que pogués afectar-lo d'alguna manera a través de l'altaveu que ens donava l'escenari*”. Així, màgia o no, la música no només és prou poderosa per a que les persones escullin

⁵ ADELL, J.-E. “*Música i simulacre a l'era digital*” (1992)

⁶ El treball en qüestió va ser realitzat el 2013, sota el títol “*Construint la imatge musical: la visualitat com a discurs públic sobre la identitat de les formacions musicals*”; igual que en aquest article, l'atenta tutorització i la inestimable col·laboració d'en Roger Canals van revelar-se imprescindibles.

⁷ La present investigació m'ha portat a descobrir amb interès que el concepte d'imatge musical és, en el fons, una combinació de diverses idees que encunyaren autors i perspectives prèvies: s'hi barregen la idea d'intertext pròpia de Bakhtin, la d'imatge lírica de què parla Riesman, el famós concepte de Barthes en relació al *grain of the voice*, i segurament encara d'altres.

dedicar-hi “la vida”, sinó que acostumen a fer-ho amb el convenciment que a través d’aquesta poden produir un efecte a gran escala sobre altres persones.

La investigació que he construït persegueix en certa mesura aquesta “màgia”, amb la finalitat d’entendre com opera i de descodificar-ne les formes i les implicacions. No es tracta de desenmascarar-la, sinó de comprendre millor la nostra pròpia naturalesa analitzant el fet des de múltiples angles, sense fer de la música un fet social i emocional menys intens.

D’altra banda, el fet que una recerca d’intenció antropològica entorn l’àmbit de la música popular —com ho és aquesta— hagi resultat original dins el cercle acadèmic em sembla significatiu: se’n desprèn que les principals perspectives teòriques de l’antropologia de les últimes dècades han estat lluny de considerar la dimensió social de l’experiència musical com un fenomen d’importància central en la composició de l’imaginari públic i individual. Infravalorant el seu rol en la construcció d’identitats personals i col·lectives i relegant l’estudi de la relació entre música i societat a l’àmbit de l’etnomusicologia —que al seu torn es considera encara una branca de la musicologia⁸— ha estat allunyada definitivament del pla docent habitual a les nostres universitats, encara que ja fa dècades que no falten arguments que en subratllin la rellevància! Del desenvolupament d’estudis orientats a la *popular culture* i de l’interès per les formes rituals de la vida contemporània⁹ se’n desprèn fàcilment que la vigència de la “cerimònia” musical i el seu contingut simbòlic són un terreny privilegiat per a investigacions sobre imaginari cultural. Riesman, per exemple, hi insistia al 1950 a “*Listening to popular music*”¹⁰ i ja en parlava com si no fos una novetat: “*By its very nature, popular culture impinges on people unceasingly; it is part of their environment, part of the background noise, color, and verbal imaginery of their lives from the age at which they can first listen to the radio, watch television or “read” comics*”.

Les aportacions derivades de la semiòtica¹¹ i l’intens treball en filosofia del llenguatge també consideraven la música com a vehiculitzadora de significat social (en tant que sensible a ser tractada com un “text”, com subratllaren Bakhtin i els seus seguidors amb la noció de dialogia¹²). D’altra

⁸ La musicologia, fins no fa gaire, ha manifestat clara tendència a centrar-se en l’anàlisi de música culta, menystenint la popular en tant que simplista. Joan-Elies Adell ho expressa fantàsticament als primers capítols del llibre “*Música i simulacre a l’era digital*” (1992)

⁹ Tot i que el fet musical el toca de passada, Martine Segalen ha treballat intensament els rituals de la societat contemporània (“*Ritos y rituales contemporáneos*” (1998) des d’una perspectiva que l’inclou.

¹⁰ Publicat a Frith, S. i Goodwin, A. (Eds.) “*On Record: Rock, Pop and the Written Word*” (1990)

¹¹ Especialment, els treballs de Roland Bhartes i de Ferdinand De Saussure entorn la idea d’intertextualitat.

¹² Per clarificar el concepte pot consultar-se, per exemple, “*The Dialogic Imagination*” (1975) del propi Bakhtin.

banda, el de la creació artística és un àmbit en constant debat i teorització¹³, i el paper social (com a aglutinador i com a sistema de difusió d'ideari polític) de l'obra d'art és una qüestió oberta que genera encara un ampli interès.

Al terme de la recerca, no tinc cap dubte que el directe musical és una situació ritual absolutament vigent i profundament rellevant per a la societat contemporània. Com a tal, em proposo d'assenyalar-lo —amb el desig que l'interès que pot contenir motivi altres esforços— com un episodi comunicatiu, integrat en una cadena d'esdeveniments similars que formen un complex entramat de significacions. Remetent a aquest entramat, la música parla en última instància d'identitat, en el seu ampli ventall d'accepcions: des de la vessant més radicalment íntima fins al més ampli sentit de sociabilitat. Ara bé, el treball en el terreny del que és identitari és encara lluny de la intenció d'aquestes pàgines; de fet, és sens dubte un dels reptes tradicionals a què s'enfronten els estudiosos de la música popular: sempre en sintonia amb el canvi social, el musical és un camp que es renova constantment, en la mesura que parla de les persones, del que viuen i com ho viuen —i de com volen continuar vivint. Essent així, és d'esperar que el repte continui irresolt encara molt de temps, si no a nivell teòric, almenys en el que té a veure amb als resultats de cada anàlisi.

Àmbit de la recerca - Txarango i Bonobos

L'interrogant de partida, centrat en la relació entre l'escenari i el públic, em situava davant d'un camp d'estudi excessivament ampli: la totalitat del panorama musical i els seus múltiples nínxols, cadascun amb els seus propis codis i matisos, amb els seus precedents i diversos exponents. Investigar en contextos sociomusicals diferents era problemàtic, perquè m'obligava a centrar-me en explicar qüestions més de forma que de contingut, perdent profunditat: el context de les relacions del públic amb un escenari de *heavy metal* era diferent —almenys en la superfície— de les que el connecten amb un escenari de *Roots reggae*, perquè tant el públic com l'escenari (com, presumiblement, el *tema* de què es parla i la *intenció* amb què es tracta) són extraordinàriament distants l'un de l'altre.

En aquest sentit ha resultat clau limitar la investigació a només dues formacions que, a més, compartissin el seu *target* (en català, el públic *objectiu*): al mateix temps que m'ha permès estudiar un

¹³ A “¿Son los antropólogos ciegos frente al arte?”, Sally Price parlava de la relació entre els dos camps durant les darreres dècades en termes més aviat positius: “*Obras de arte antes contempladas como entidades visuales dentro de marcos rígidos más o menos elaborados, se están enmarcando ahora de un modo completamente distinto, como producciones contextualizadas sometidas a lecturas contextualizadas*”.

únic sector sociomusical, m'ha obligat a reflexionar sobre el que distingeix el grup “gran¹⁴”, l'existència i veu del qual és de domini públic, i el grup “petit”, el lloc del qual existeix només en funció de l'èxit social del més gran. Com a satèl·lit aparentment sense “caràcter”, sense altra personalitat fora de recordar al seu centre gravitatori, el grup petit s'esforça a buscar la pròpia particularitat, desmarcant-se dels “gegants” del gènere i establint els termes de la seva pròpia relació amb el públic a través de la seva “història”: allò que, de ben segur, li és personal, intransferible, incomparable.

A més, fer la selecció dels agents en funció de la semblança formal i del volum de públic tenia l'al·licient d'aproximar-me a les diferències entre el procés musical de cada formació i, especialment, a les maneres de relacionar-se amb el seu públic, de buscar-lo i generar-lo, d'interpel·lar-lo i de correspondre-li. *Txarango*¹⁵, a dia d'avui, és un nom musical àmpliament conegut a la societat catalana: després de l'expansió de 2012, 2013 i 2014, la formació s'ha guanyat l'estatus de grup de referència. El temps dirà si el manté, però queda fora de dubte que ha esdevingut un fenomen musical de primer ordre entre el sector *alternatiu*¹⁶ del públic jove (especialment entre estrats adolescents i postadolescents, però també pel públic adult i familiar) que omple de gom a gom cadascun dels seus concerts. *Bonobos*, per la seva banda, treballen des de 2011 però han publicat el seu primer CD (*Animalànima*) gairebé a l'estiu de 2014 i a través de la difusió d'una sèrie de materials en suport visual. Per bé que encara és desconeguda la seva rebuda futura, ja sembla clar que la formació ha aconseguit trobar una manera pròpia de parlar de sí mateixa (com diuen ells mateixos, “*això és el més gran que hem viscut mai*”), començant a allunyar-se de la seva posició com a grup satèl·lit del centre gravitatori que suposa *Txarango*.

¹⁴ He decidit emprar els adjectius de “gran” o “petit” perquè és la nomenclatura que he sentit més sovint, tant entre els músics entre els que s'ha dut a terme la investigació com en d'altres contextos, musicals o no. En context acadèmic es parla també de músiques “majoritàries” o “de masses” i de “músiques minoritàries”. Per evitar la confusió, aclareixo que les qualificacions no tenen a veure amb l'envergadura de la formació (el nombre de membres) sinó amb el grau de consideració que reben a nivell públic.

¹⁵ La gestió i distribució discogràfica de *Txarango* la fa el mateix grup, amb la col·laboració de l'empresa Èxits Management, S.L. *Bonobos*, en canvi, ha signat un acord discogràfic amb RGB Suports, S.L. l'Abril d'aquest 2014. Tots dos grups han donat ple consentiment a ser citats en aquest treball.

¹⁶ “Alternatiu”, fa algunes dècades, feia referència a un sector minoritari de població d'ideologia particularment progressista, amb reivindicacions vinculades a l'ecologisme, al pacifisme, al dret social, a la medicina natural... i oposat per extensió al capitalisme com a sistema. Avui, tot i que les reivindicacions segueixen vigents, sembla que el capitalisme ha engolit els discursos contestataris, i “alternatiu” designa més un sector concret de la població que una alternativa en si.

A la investigació he seguit diverses fases del recorregut de totes dues formacions: el procés que abarca les darreres setmanes de la producció prèvia al disc, la gravació d'aquest, la creació d'expectativa pública abans de la presentació, el rodatge i preparació de material promocional, la publicació dels discs, la primera rebuda del públic, la preparació del directe i les seves primeres actuacions. Tot just tres dies després que Bonobos presentés el seu disc en públic, començà un singular festival de música que havien organitzat els propis *Txarango* on actuaven tots dos grups, compartint escenari amb formacions de primera línia a escala nacional. El *Clòwnia Festival*, en la seva primera edició el 2 i 3 de maig de 2014, ha aplegat unes 5.000 persones d'arreu del país i ha generat una gran expectació i seguiment mediàtics i socials, amb la intenció d'esdevenir un punt de trobada social els efectes del qual són encara imprevisibles.

Apunt metodològic

Tractar aquestes qüestions exclusivament a través de la via bibliogràfica no era possible, primer perquè la música cobra el seu sentit social i personal amb l'emotivitat de la presència directa (o amb l'emulació virtual d'aquesta, activant el canal de la imaginació) i segon, perquè no he sabut localitzar —o bé no existeixen, encara— monografies senceres dedicades a aquest tema (a diferència de biografies de formacions, de les que en canvi hi ha un sector inesgotable de recursos literaris). Per a encarar la incògnita central, per exemple, ha estat molt útil la proposta teòrica de la semiòtica¹⁷, ajudant-me a visualitzar que la relació entre escenari i públic (tant diferent entre el grup gran i el petit) consta d'una sèrie de gestos comunicatius gràcies als quals el concert comença en un context creat ja amb mesos, quan no amb anys, d'antelació. Precisament aquí es distingeix el grup gran del petit: en la capacitat de construir un marc contextual en termes que li siguin propis, des d'on bastir la relació amb el seu públic, fent-se apreciar en tant que dotats de *credibilitat*.

El treball de camp, però, ha acabat per ser fins més central del que esperava, i encara que hi ha diversos escrits que han estat molt útils per orientar-me, la major part del contingut deriva del diari de camp, o de converses —sovint no menys importants— que no hi han quedat registrades. La meua relació amb el sector musical també s'ha demostrat crucial, en la mesura que aportava constantment informació de primera i segona mà sobre les maneres d'encarar i de viure el procés musical. De fet —i

¹⁷ Amb la que he començat a familiaritzar-me a *Música i simulacre*, de Joan-Elies Adell (1992), encara que no és la única perspectiva que utilitza en aquest. Era inevitable que considerés el seu enfocament, donat que la semiòtica suggereix que tot fenomen cultural (també la música) pot entendre's com un gest comunicatiu. Entenent per comunicació el procés de transmissió de dades i de significats, em permetia encarar l'estudi d'una relació social ritualitzada com si es tractés d'una consecució de gestos comunicatius.

encara que no es pugui atribuir només a això— tinc la sensació que formar part del “gremi” jo mateix ha facilitat a les persones de cada formació obrir algunes de les portes cap a sí mateixos i al seu projecte. Ha resultat una agradabilíssima sorpresa la familiaritat amb què m’han rebut des del primer moment, responent sol·lícits a les preguntes que els feia, deixant que presenciés situacions normalment tancades al públic i aconseguint que no tingués la sensació de fer-los nosa; de tots ells n’he après, en diversos sentits i amb cada sessió d’investigació, i n’he gaudit l’energia i la il·lusió cap al seu projecte, que han aconseguit transmetre’m i que és el motiu pel qual els dedico aquest article, escrit amb agraïment i admiració.

La investigació de camp ha estat duta a terme amb regularitat (encara que no puc dir que amb quotidianitat, ja que entre una sessió i una altra han passat, de vegades, ben bé dues setmanes). *Grosso modo*, integra una vintena de trobades —incloent-hi assajos, sessions de fotos, rodatges i postproducció de videoclip, gravació a estudi, reunions de banda i concerts. El poc èxit que he tingut localitzant monografies que pogués utilitzar com a precedent directe no ha estat un impediment greu per al treball de camp, facilitant-me en canvi penetrar al terreny amb menys preconcepcions (tot i que, segurament, amb alguna) sobre com havia d’apropar-m’hi. Finalment, el que millor m’ha resultat és una combinació de tècniques, passant de l’observació flotant (a les sessions de fotos o les de gravació de disc a estudi, on era preferible no interferir amb el procés) a la participant (en assajos, reunions, converses), sense escatimar en entrevistes, en funció del que oferia —i en menys ocasions, del que permetia— el context: si bé, a vegades, podia obtenir més informació amb el propi silenci i deixant que s’esdeingués normalment el que era habitual, en d’altres intervenia activament per a aconseguir respostes, i altres encara (la majoria) aconseguia informació significativa tenint, senzillament, una conversa sincera.

D’altra banda, a més del meu testimoni presencial i de les aportacions personals dels *informants* —uso el terme a pesar del conflicte ètic que significa; la plantilla de *Bonobos* i *Txarango* han estat col·laboradors, incondicionals i desinteressats, i qualificar-los d’informants em situa en una posició utilitarista que m’incomoda— he jutjat també significativa l’expressió de la veu del grup (més endavant en parlo com a *veu pública*) a través de xarxes socials, i l’he valorat com un *input* d’informació sobre la relació entre escenari i públic tant lícit com l’observació presencial; en aquest cas, de fet, l’anàlisi d’aquesta via és especialment significatiu perquè aquí és on es veu, empíricament, com el grup verbalitza la relació que mira de teixir (quines paraules clau, quin to, què mira de despertar i quins recursos té per a fer-ho) i com el públic hi respon usant, fins i tot, els seus propis termes. Fa anys que està acadèmicament assumit el fet que la música és un important vehiculitzador de sentit social; fins la nostra dècada, però, era metodològicament inviable trobar demostracions empíriques que ho

confirmessin amb tanta claredat com a través de les xarxes socials, on s'esdevenen autèntiques “converses”¹⁸ entre públic i escenari. Això canvia la situació del camp, facilitant-hi la investigació, i seria d'esperar que els esforços en aquesta direcció continuessin creixent durant els propers anys.

Anàlisi de continguts

L'experiència demostra que, quan l'activitat d'una formació cristal·litza en un projecte musical propi, i quan amb aquest es tenen certes aspiracions d'èxit social, el “procés musical” passa — paradoxalment— a gestar-se i treballar-se lluny de l'escenari. De fet, fins i tot penso que el concert tan sols és la culminació d'aquest procés: la resta —és a dir, el que va de l'expressió creativa de la idea musical a la preparació del directe, passant per la composició del repertori i l'eventual gravació d'aquest, la construcció de les estratègies de difusió i promoció, la creació de recursos en suport visual... com qui diu, el gruix de la comunicació amb el públic— es “crea” en altres espais i situacions. Conscient d'aquest fet, he estructurat l'etnografia prenent en consideració tres d'aquestes situacions o fases del procés, que s'esdevenen en tres respectius “ambients”, imprescindibles per a copsar la plena complexitat del que és l'espectacle i el que hi ha darrera les figures dels qui el construeixen, dirigeixen o representen: el local d'assaig, el *camerino*, i l'escenari.

El local d'assaig és el centre d'operacions i el nucli de la vitalitat d'un *conjunt* musical: és l'espai on la relació simbiòtica, “alquímica”, entre els integrants de la formació desencadena la creació d'un repertori i de la *personalitat* amb què interpretar-lo. Tant en el cas de *Txarango* com en el de *Bonobos*, que són *grups* i no formacions d'acompanyament a un artista, el que dóna cos a la peça musical és la negociació entre persones: un entramat participatiu d'opinions i disputes en relació a la cançó que s'entén millor si el pensem com a un treball artístic construït per un conjunt de persones. Els membres de tots dos grups parlaven constantment de la sinèrgia creativa que es desenvolupa entre ells, permetent-los fer més del que podrien per si sols i, al mateix temps, definint la identitat del projecte a través de la combinació de personalitats. J.G explicava: “*En aquest grup ens hem trobat persones molt diferents les unes de les altres, però amb els anys el projecte comú s'ha convertit en algo que és molt propi de cadascú. És curiós perquè, en realitat, la música que fem està molt lluny de la que cadascun escoltem normalment i del que faríem si el projecte fos només nostre, però del fet de trobar-nos n'ha sortit això: una cosa que no és de ningú però que és de tots*”. I afegia: “*Tots nosaltres, a més de formar Bonobos, ens hi hem anat convertint mica en mica*”.

¹⁸ Aquestes “converses” prenen la forma d'entrades a les xarxes socials, tant dels membres del grup com dels seus oients, que no es parlen directament (com en una conversa) però pel fet d'estar connectades, parlant en els mateixos termes dels mateixos esdeveniments, desenvolupen igualment una forma de diàleg entre si.

La sala d'assaig és tant un espai de treball on desenvolupar la pràctica musical¹⁹, l'experiència preparatòria on es representa i s'imagina el futur concert, com un lloc segur i familiar que allotja els llaços interns de la formació.

El camerino és un lloc de pas, de transfiguració: immediatament previ a l'escenari, allotja tant les petites supersticions (els gestos col·lectius de motivació, els exercicis d'escalfament repetits mil vegades, fins i tot discursos ocasionals) com la mutació de la *persona* en el seu *personatge*, a través del maquillatge i el vestuari i de la comunicació amb els altres participants de l'espectacle. El camerino és una al·legoria: allà, l'artista conviu amb el personatge que ha desenvolupat per dur a terme la seva professió. És molt corrent de sentir algú explicant la coneixença que va fer amb tal artista o tal altre i exclami, amb gest de sorpresa, alguna cosa com ara: “*vaig al·lucinar, tu, era una persona súper propera! I jo era allà, parlant amb ell com si estigués parlant amb qualsevol persona normal i corrent*”... talment com si l'artista, per la naturalesa de la seva activitat, no fos una persona “normal i corrent”, com qualsevol altra! Com que, per via afirmacions d'aquest tipus, sembla evident que no és així, sobre aquesta qüestió voldrem tornar-hi més endavant, entenent que la fractura entre la normalitat de la persona artista i l'estatus mitificat del personatge artístic és un dels centres de la relació que posem sota la lupa.

A l'escenari, l'artista desplega el repertori de recursos de què disposa per a generar una reacció: és la culminació del procés, la raó social de la seva professió. L'escenari és on l'artista es posa en escena, esdevenint el centre del ritual del directe musical (l'observació del qual implica, també, l'espai que ocupa el públic i quin tipus de reaccions s'hi generen). Ara bé, seria ingenu pensar que l'espai on s'esdevé l'actuació es limita a aquest: l'escenari també és a la pantalla, ja sigui a través del recurs del videoclip com de tot *producte* que el grup faci circular i on hi figuri *en escena*. Sessions de fotos, videoclips, entrevistes a la ràdio, articles a la premsa i, en especial i de manera molt més recent, la manera d'utilitzar la seva “veu” via xarxes socials són, en el fons, altres escenaris pel personatge artístic que no es diferencien del tradicional si no és en les regles formals que defineixen l'ocasió.

El danès Klaus Bruhn Jensen, estudiant els mitjans de comunicació de masses des del punt de vista de la semiòtica social, escrivia: “*La investigació qualitativa recent indica que les audiències tenen la capacitat d'assignar el seu propi sentit als mitjans de comunicació i a més, que en el procés de recepció els mitjans satisfan una gamma d'interessos i plaers legítims de l'audiència*”²⁰. El gènere musical que treballen aquestes formacions —

¹⁹ A propòsit d'aquest tema és il·lustrativa la lectura de l'article “*The realities of practice*”, d'H. Stith Bennet, inclòs a la compilació “*On record: Pop, Rock & The Written Word*” de Simon Frith i Andrew Goodwin.

el mestissatge musical, des del *reggae* modern fins al *funk-rock*, passant per una ampla gamma de ritmes llatins en una *fusió* gairebé tradicional a Catalunya— és, en el context social on actuen, música “de masses”, així que els termes en què parla Jensen dels mitjans de comunicació de masses poden aplicar-se també a aquesta. Un dels integrants de *Txarango* comentava que “*fa només vint anys, el que estem fent nosaltres hauria estat una cosa raríssima. Gràcies a tota la feina que van fer els que anaven abans que nosaltres, com ara Dusmínguet, Mano Negra i companyia (dels que vam mamar quan érem petits) ara no és així, i estem fent el pop de Catalunya*”. Per la seva banda, en diverses converses amb Bonobos sortia a la llum la “comercialitat” de la seva música, davant la qual no sempre se sentien tant còmodes però de la que han acabat fent bandera i els ha portat a parlar a la premsa i al públic des de l’etiqueta de “*Patxanga* carinyosa”. Aquesta *popularitat* és important, almenys per tres motius:

Primer, perquè implica que la música que fan no és *underground*: té el suport mediàtic que rep tradicionalment el que és comercialment viable. Assidua de bars musicals i de ràdio, apareix a la premsa i entra a les cases a través de la televisió, acostumant les orelles a aficionar-s’hi, integrant-se al mosaic d’imatges i sons que formen part de la quotidianitat: forma part del que és “normal” i, per tant, del que sabem descodificar fàcilment.

Segon, perquè la popularitat del gènere també defineix el públic (i viceversa, el que és popular defineix l’evolució del gènere): la connexió dels seus discos amb el *pop*, (i amb el *funk* o el *latin*, igualment importants), bastant evidents des de la primera escolta, facilita la mediatització de la música entre grups socials de determinada orientació ideològica, edat, gènere, adscripció *identitària*. Això condiona, naturalment, el missatge i la manera d’emetre’l: a la gent cal dir-li, també, el que vol sentir tal i com li agradaria sentir-ho: la particular relació escenari-públic funciona quan l’escenari ha entès què vol el públic i aquest entén la relació que busca l’escenari, i se suma al desig d’establir-la *en els termes que li proposen*.

Tercer, la música *popular*, ja sigui *pop* o bé un substitut homònim, no és mai asèptica. Antoine Hennion ho expressava així, en un article²¹ que publicà el 1983: “*There are no trends in pop music; it just follows the evolution of society. (...) But pop also expresses this evolution, and in doing so is not so passive after all*”. Adherint-me a la proposta del sociòleg francès, considero que tota música de masses hauria de ser analitzada en funció del seu paper social: la tècnica musical també és rellevant en aquest anàlisi (entenent que tot gust estètic, gènere musical o sonoritat tímbrica té contingut implícit), però cal centrar-se precisament en el fet que, sovint, el seu significat no és tant el que suggereix l’ordre de les paraules dins el text com “*the social context they evoke in absentia*” (Hennion: 1983 [1990]: 186). El fet que

²¹ Hennion, A. “*The production of success: An Antimusicalogy of the Pop Song*” (1983) dins de “*On Record: Rock, Pop and the Written Word*” (1990) Frith, S. i Goodwin, A. (Eds.), pàgs. 185-186

la música de *Txarango* i de *Bonobos* hagi esdevingut *pop* avui (el que era impensable fa uns anys) és *per se* un indicador del context social del país? És possible. El mateix Hennion escrivia:

“(…) *one learns [the fundamental task of professional musicians] resides in a permanent and organized quest for what holds meaning for the public (...) The meaning in question is to be found in areas that carry the public’s imagination, its secret desires and hidden passions. (...) Key phrases, sounds, images, attitudes, gestures, and signs, infralinguistic categories which are all the more difficult to pin down as [they are] inseparable from the social context within which a given group attributes special significance to them*”. (

Encara que en un concert sentim només la veu del cantant, les paraules que pronuncia són en principi les de la banda en bloc: el que m’agrada anomenar la *veu pública* (que ha estat construïda per dirigir-se al públic, i que és escoltada com a tal) del conjunt. Durant la investigació he mirat de tenir-la present, i això m’ha situat davant la dificultat de localitzar-la al camp pròpiament dit: els comentaris podia pronunciar-los una sola persona al mateix temps que podia parlar, en el fons, només de sí mateixa. A posteriori, m’he adonat que m’era difícil localitzar la veu pública fora de l’escenari perquè aquesta no és sinó una idea que ha adquirit una autonomia relativa respecte als seus creadors. En ser una projecció col·lectiva no és estrany que cap dels que integren la banda sigui exactament el que aquesta sembla suggerir, encara que el caràcter d’aquesta veu tingui una mica de tots ells. En aquest sentit, la veu pública és, sí, la suma de les parts, però el resultat de la operació va més enllà del que permet la relació entre factors i arriba a semblar que u més u és igual a tres: acaba per tenir un caràcter propi, més enllà del que és atribuïble als seus integrants. La veu pública té sens dubte un altre grau de legitimitat que un individu: parla amb *sentit*, encara que es tracti, evidentment, d’una personalitat construïda —no deshonest, ni falsa; només racionalment esculpida. J.G i A.M, des del seu rol com a principal comunicador de la banda, em comentaven sovint que ser rere el micròfon implicava prendre una responsabilitat *social*: l’escenari, deien, és un altaveu des del que expressar un pensament i mirar de difondre’l: un centre de suport i de crítica amb un contingut que és també polític. Aquesta —diguem-ne— *responsabilitat musical* connecta la música popular amb la vigència del que és actual i socialment viu, connectant amb la *permanent cerca de sentit* de què parlava Hennion.

“*No volíem criticar la societat; volíem parlar-ne des de l’escenari fent una proposta constructiva i el circ, a nivell polític i poètic, ens donava tot allò que ens feia falta: aquell món proposa coses diferents, un altre sistema de vida diametralment oposat al general (amb hipoteques, matrimonis... una àncora posada). Plantejàvem la nostra vida com una ruta de poble en poble per fascinar la gent, fer-la somiar. (...) No volíem ser un altre grup “enfadat contra el món” sinó enfrontarnos-hi ballant*”. (A.M.)

La connexió d'aquesta música amb el moviment 15-M, intensa mentre va durar aquest darrer, clarifica també com interpreten aquesta “responsabilitat”, cap a què i cap a qui es dirigeix. La participació de les dues formacions hi va ser activa i fecunda, posicionant-s’hi clarament a favor quan no formant part directament de les protestes. El contingut de la música que fan hi està vinculat ideològicament, de la mateixa manera que hi van estar els grups socials que són avui receptors de les cançons que posen en circulació, generant un circuit discursiu d’anada i de tornada que sempre gravita en un camp semàntic similar.

L’actitud espontània dels músics als escenaris és una qüestió controvertida quan parlem de música popular, perquè al mateix temps que per a gaudir plenament de l’espectacle l’espectador evita pensar que el que s’esdevé a l’escenari està preparat (una de les pitjors crítiques que poden fer-se a un concert d’aquest tipus és que era *fred, enllaunat*), l’espontaneïtat és un estat d’ànim constantment fingit als escenaris —per descomptat, sense que sigui permanentment així. No és d’estranyar, perquè es necessita d’aquesta espontaneïtat en moments on és particularment difícil que sorgeixi: durant el rodatge del videoclip de *Txarango*, al bell mig de la Rambla de Barcelona i sota la mirada de desenes —si no centenars— de turistes, responien immediatament a la crida del director (“*Alegria i intensitat, que gravem!*”) gesticulant com si fes hores que celebraven qui sap què. Un xic cohibits sota la disfressa, la composició adquiria un caràcter surrealista amb les expressions (variant del desconcert a la simpatia) dels vianants que els observaven. Quan arribava el moment de fer la fotografia de grup, un d’ells fingia la locució d’un partit de futbol, a què responien amb un crit unànim i eufòric: “*Goool!*”. Igualment, *Bonobos* en una sessió de fotos al pantà de Sau que el temps no acompanyava de cap manera, el director deia als membres del grup: “*Molt bé, nois, el tracte és aquest: imagineu que és estiu, que no fa gens de fred i que heu anat a passar-ho bé amb els amics. O millor encara: imagineu que sou naufrags, en una illa deserta del Carib, i que esteu veient un vaixell després de setmanes d’esperar-lo. Què feu? Va!*”. Aquí, també, la resposta era contundent i immediata: crits, salts, gestos d’alegria... que acabaven tant bon punt baixava la càmera. Incòmodes, comentaven: “*És un matí de dissabte molt estrany... no sé com se suposa que m’haig de posar i això que estem fent és com molt de postureo²², no?*” i se sorprenien en veure que les fotos transmetien, en canvi, sensació de sincera simpatia.

²² En argot, es refereix a una posició forçada de manera evident.

Els qui formem o hem format part d'aquest misteriós aglomerat que és el *públic*²³ tendim a creure, doncs, que el que s'esdevé a l'escenari (independentment de si és un concert, una fotografia, o una entrevista) ho fa de manera espontània. No és d'estranyar: la particular relació de la música amb l'eix temps²⁴ genera una sensació de fluïdesa que reforça la gravació a l'estudi i la preparació del directe, centrades en produir aquesta impressió a l'oient. El disc que arriba als qui l'escoltem ho fa només al terme d'un intens, meticulós i completament racionalitzat procés de *producció* musical²⁵ que tendim a obviar i que és, precisament, un element fonamental del misteriós "component màgic" de l'experiència musical.

La producció cuida l'arranjament rítmic i harmònic, l'estructura de la cançó, la intenció interpretativa de cada instrument, els efectes de so i la coherència i l'eficàcia estètiques del conjunt; també actua com a filtre respecte a la composició inicial, determinant quines idees encaixen amb la intenció de la cançó, i mira de preveure com es rebria el producte final escoltat des d'altres orelles. Fent tot això, aconsegueix una tasca fonamental: la d'homogeneïtzar la línia musical i lírica en relació amb *la manera com es fa* un estil o altre i també en conjunció amb *el que es porta ara*, tècnica i estèticament parlant:

*"Es tracta que el sentit de la música no hi sigui només per als músics, sinó que cal imaginar el punt de vista de l'hipotètic oient i el que està acostumat a sentir. Per això, cal "filtrar" l'esforç creatiu i racionalitzar-lo (...) El productor busca mantenir la genuïnitat de la banda al mateix temps que s'esforça a trobar sistemes per uniformitzar el so i adaptar-lo a estàndards formals rítmics i harmònics, que el fan més intel·ligible i fàcilment classificable; aparentment, estan convençuts que això fa que el conjunt sigui més fàcil d'escoltar i de retenir"*²⁶.

El directe, per la seva banda, passa per un procés similar, encara que adaptat als seus propis requeriments. Als assajos es fa evident que el directe busca establir un altre pacte naratiu; el

²³ Hi ha moltes obres destinades al públic com a subjecte, ja que la seva conceptualització és especialment rellevant també en altres estudis socials, generalment en relació al tema dels *mass media*.

²⁴ El cèlebre compositor, teòric i pianista Bill Evans explicà, entrevistat a la televisió americana, que el llenguatge del Jazz canvià radicalment la manera d'entendre la música dels nostres dies; la improvisació es basa en la idea que "*un minut de pensament equival a un minut de música*"; una màxima molt estesa i integrada avui en dia, a nivell fins i tot inconscient, quan assistim a un concert.

²⁵ Sobre el que H. Stith Bennet escrigué un interessant article el 1980, "*The realities of practice*" (inclòs també a Frith & Goodwin "*On record: pop, rock & the written word*, 221)

²⁶ Extret del diari de camp, a data 9 de Febrer de 2014.

plantejament que expressava A. M. (“*el disc és de text, i el directe és de gest*”) va ajudar-me a veure que el pes de la diferència és ben bé aquí.

*“Pel directe, diuen, necessiten algo canyero; l’objectiu és arrossegar al ball i ser el centre de la celebració, i el detall tècnic passa a segon pla. Les cançons són les mateixes, però es multipliquen els interludis, les pujades i baixades són molt més evidents i les marques més constants: adapten el llenguatge del disc al directe. (...) La diferència implica canvis estructurals notables i sobretot en la intenció, en el grau de potència i en el gag constant; el ball i les transicions entre una cançó i l’altra són el centre de l’assaig, que esdevé una simulació de l’espectacle, el cor de la festa. (...) El qui canta imagina un públic invisible: hi parla, l’interpel·la, s’entrena a buscar el to més convincent, i arriba un punt que quan li crida l’atenció per involucrar-lo em sorprèn estranyant-me que les parets no li responguin”*²⁷.

Partint de la base que l’experiència íntima del disc i la situació festiva del concert impliquen una relació de l’oient molt diferent amb el fet musical, no només es fan evidents una sèrie de dualitats (estudi/directe, tendresa/força, mental/físic, casa/concert) entorn el *text* i el *gest*. Com deia Hennion, es fa evident que, en el concert, l’ordre de les paraules perd importància en favor del contingut que aporta el context, i cobren especial rellevància les que es dirigeixen explícitament als presents: “*Vinga, gent! Això és Patxanga Carinyosa, ajudeu-nos a engegar la màquina!!*”, cridava en J.G. durant el concert de presentació de *Bonobos*. Com vaig sentir dir a un dels qui assistien al mateix concert, “*Sort que la música és bona i que el grup mola, perquè no entenc res del que diuen a la lletra*”: precisament, no es tracta tant de *què diuen* allí, sino de *qui són*, a *qui parlen*, com en parlen i *què generen* als qui escolten.

“*Fer pedagogia amb el micròfon*”, però, no és la única responsabilitat de l’artista; més exigent, potser, és la obligació de mantenir la coherència amb el propi personatge artístic i la postura que escenifica:

“[Les gires de 2012 i 2013] ens van deixar esgotats. Va haver-hi un moment que teníem la sensació d’estar repetint sempre el mateix, d’estar venent una moto que havíem venut mil vegades, i teníem por de deixar de creure en el que fèiem i limitar-nos a repetir el que funcionava tot sol. (...) Vam haver de tornar a pensar en el que volíem fer amb la música, per què en volíem fer. Tots vam recordar que, cadascú pel seu compte, vam sentir “el Follet” en alguna cançó: tots, una o altra vegada, vam sentir alguna cosa extraordinària mentre algú tocava, i aleshores nosaltres també vam voler posar-nos a fer música. Vam entendre que volíem seguir fent-la pel mateix motiu (...), fer arribar “el Follet” a la gent, fer que també el senti, perquè ens fa feliços”. (A.M.)

Quan la situació del concert esdevé d’una quotidianitat insuportable, el músic s’ha de protegir de l’esgotament que provoca la seva rutina; en aquest cas, buscant el *Follet*, una figura que d’altra banda no deixa de ser una altra manera de referir-se al component màgic, íntim, de l’experiència

²⁷ Extret del diari de camp, a data 21 de Febrer de 2014.

musical. Com s'explica, això? Des del meu punt de vista, a causa de la fractura que s'esdevé entre el personatge real i la ficció normalitzada que és la projecció del personatge artístic, elevada a ídol del públic: el drama del *camerino* és aquell on l'artista que és reconegut com a tal conviu, tot sol, amb la projecció de sí mateix, corrent el risc de quedar-hi empresonat públicament.

Tant l'experiència social del concert com la construcció del personatge artístic, fruit d'un procés més llarg, són episodis on la ficció social es normalitza d'una manera que es pot vincular amb els rituals de possessió. Exempts del seu component religiós (i tenint present que la idea és, per descomptat, només aplicable a certes figures del panorama musical a les que s'atorga una significació especial), els grups de música popular centren tota la seva actuació en generar un acord narratiu basat en una ficció: l'autenticitat literal del personatge artístic. Si l'individu posseït és, com els assistents a la cerimònia s'afanyen a constatar en començar la possessió, un déu, als seus escenaris l'artista deixa de ser —com dèiem— “*una persona com qualsevol altra*”: esdevé algú especial i, eventualment, un ídol en sí mateix. El que proposa l'artista és, sí, una percepció particular de la realitat (lligada a implícits estètics, ideològics, lingüístics), però tot el seu discurs gira al voltant de la “persona” que el transmet: és el fet de dir “*jo sóc exactament el que dic amb la meua música*” el que, arribat el cas, li permet d'involucrar grans grups de persones que comparteixin la ficció. El llibre que publicà Gilbert Rouget el 1985, titulat “*La musique et la transe*”, parla de la relació entre música i rituals de possessió arribant a la conclusió que els efectes fisiològics (a través de la dansa) i emocionals de la música són inseparables de la representació col·lectiva, i que el trànsit es connecta amb la música de maneres diferents en cada estructura cultural. L'efervescència col·lectiva que es viu al concert pot explicar-se, efectivament, d'aquesta manera: el “Follet de la Música”, aquella representació del *per què* musical i de la seva força que proposaven *Txarango* i *Bonobos*, la interpretaven ells mateixos com a un *do* que el músic entrega a la multitud; un *do* de què són responsables. “*La prestación total no sólo conlleva la obligación de devolver los regalos recibidos, también implica otras dos igualmente importantes: la obligación de ofrecer presentes y la obligación de recibirlos*”²⁸. La multitud li és grata per aquest regal, i com que no pot trobar una manera de correspondre-li entregant a l'artista un *do* de valor equivalent, eleva la seva condició. Aquí, l'artista sembla que connecta amb l'ordre del diví, esdevenint no la divinitat en sí, sinó aquell qui ens hi posa en contacte: des d'aquest punt de vista, un sacerdot. Igual com passa en els sincretismes africans o americans, per als assistents al ritual la pregunta de si la possessió divina (llegeixi's “l'autenticitat de la ficció del personatge”) és veritable o falsa no és especialment important: ho és, en canvi, el que la cerimònia és capaç d'activar, sensorialment, emocionalment, simbòlicament. Al concert, l'efecte que ja es preveu de l'enllumenat (i

²⁸ Com Mauss explicava al seu clàssic “*Ensayo sobre el don: Forma y razón del intercambio en las sociedades arcaicas*”.

les màquines de fum, el treball de cada intèrpret i del conjunt i el volum de decibels) ja construeix un ambient ceremonial, però és en combinació amb les accions del públic (des de les pancartes, banderes etc. que porta la gent fins a les consignes que es coregen, passant per les representacions improvisades de grups de castellers²⁹) que la ocasió adquireix el relleu especial que ens permet parlar de la vehiculització d'un autèntic *sentit*.

Conclusions

Coincideixo plenament amb John Blacking quan deia que totes les persones —sempre que no ens ho impedeixi algun problema físic— som capaces d'apreciar la música³⁰. Com ell mateix assenyalava, això invalida la tesi occidental tradicional que distingeix les “persones capaces de fer música” de les que no ho: no podria haver-hi música “popular” si la majoria de la població estigués privada de capacitat musical. Fins ara, hem subratllat que la música popular és capaç de condensar sentit —personal i social— al seu voltant, i és precisament aquesta capacitat que la fa “popular”. En principi, aquest sentit no el crea la música mateixa, però és capaç de ressignificar-lo a través d'un procés relativament llarg, en què el grup (o l'artista) desenvolupa un discurs que interpel·la el públic amb la principal finalitat de captar la seva atenció i d'involucrar-lo a nivell ideològic, emocional o sensorial.

Per a ser comprensible a nivell *popular* (i concebible intel·lectualment; cal recordar que la música és apresada en societat i la seva ordenació sonora té sentit només en relació amb aquesta), la música necessita connectar amb una sèrie de precedents referencials, ja siguin musicals, visuals o ideològics, que la situïn en un determinat context estètic i lògic. Com en tota forma d'expressió artística, el discurs mai parteix d'una *tabula rasa*, sinó que és més aviat una continuació *sui generis* d'esforços previs. En aquest sentit, la música és un codi comunicatiu on les paraules (el *text*) són només un fragment de la informació transmesa, i no sempre el més important: el discurs que materialitza integra els implícits del gènere musical (i els seus precedents), la música *per se*, l'imaginari visual i estètic, el comportament performatiu i, amb tot això, la defensa d'una postura determinada davant la vida. Això implica que la musical és una experiència social dilatada en el temps que pren la forma de procés comunicatiu; interpretar el que s'esdevé a l'escenari d'un grup famós considerant el concert aïlladament (i no com a una oració integrada en un text complet) és un error que m'he esforçat a esquivar.

²⁹ Tots aquests són símbols vigents d'importància social en el context actual.

³⁰ Blacking, John (2006) [1973]. “¿Hay música en el hombre?” Alianza Editorial,

Caldria desenvolupar més enllà el model d'anàlisi esbossat aquí abans que fos aplicable a tota manifestació del fet musical, així que aquestes conclusions no són, valgui l'expressió, conclusives. El sentit del fet musical és —afortunadament— a tot arreu, però és també diferent a tot arreu i tant canviant com la música mateixa. Particularment pertinents, en aquest punt, són unes altres paraules de Hennion:

“Perhaps, like witchcraft in another age, [pop] is the unofficial chronicle of its times, a history of desires existing in the margins of official history (...). In setting out a history of today, popular culture etches the contours of a history of tomorrow in that it “feels” a social atmosphere in its earliest, unformulated stages; pop music senses the current and projects a first image of it, long before the politicians have grasped its real nature or had the time to quell it, before words have been found to express it or to betray it. Pop songs hold up a mirror to their age in the truest sense of the word, for they provide it with a blank screen on which its desires are reflected”. (Hennion: 1983 [1990]: 205).

Som persones les que escoltem música, i ho són les que la creen. Aquests creadors, els artistes, ho fan seguint una intenció i després d'un major o menor grau de reflexió prèvia: fins i tot la improvisació és un exercici racionalitzat, lligat a una sèrie de normes estètiques! A l'hora de crear nous projectes “populars”, es combina l'esforç per connectar amb un determinat conjunt de precedents (i amb un determinat tipus de públic) amb el de crear una etiqueta genuïna, original. Per a *Txarango*, connectar amb l'imaginari del circ generà una personalitat lírica que aglutinava també conceptes polítics i filosòfics; a través d'aquests connectaren de ple amb una part important de les persones implicades en el moviment 15-M, fet que té molt a veure amb l'atenció mediàtica que reben actualment. *Bonobos* ha presentat el seu disc com si fos un producte medicinal que ajuda a encarar la vida des d'un altre punt de vista, i constantment parlen de si mateixos com els representants musicals de la “*patxanga* carinyosa”. A través del concepte (acunyat per ells mateixos) ja ha començat la ficció de ser, exactament, el que la seva música sembla suggerir. L'envergadura i el grau d'acceptació d'aquesta ficció és la diferència fonamental entre els grups “grans” i els “petits”; involucrant el públic en aquesta mena de joc imaginatiu, el concert del petit desconegut és incapaç de remoure una sèrie de sentiments a l'oient que el grup gran aconsegueix desencadenar. El que ho explica no és només l'habilitat dels intèrprets —que també—, sino el fet que la relació entre escenari i públic està en realitat pactada llarg temps abans que comenci l'espectacle pròpiament dit, des que l'artista proposa una ficció que l'audiència fa seva. Tot i que, conscients com som en la majoria de casos, aquest joc no s'ha de creure cegament (l'artista és una persona, no un ídol), l'acord funciona sobretot perquè les persones desitgem intensament la realitat relativa que es genera en compartir la ficció amb els altres, esdevenint una

projecció col·lectiva; per part meua, estic convençut que la possibilitat de sentir el sentit de la música està estretament lligada a aquest fet.

Bonobos presenta el seu disc amb un manifest que conclou amb una frase que condensa la meua recerca i que, amb el seu permís, ha donat el títol a aquest treball: “*el que sentiràs ara parla de tu*”. Amb aquesta no es limita a interpel·lar al públic, sinó que insinua una proximitat còmplice amb ell i el convida a prendre una posició vital similar a la que el grup predica, fent directa referència al sentit de la música mitjançant l’ambigüetat entre sentir (escoltar) i el *sentir* que desencadena l’escolta. El públic hi respondrà si és sensible al pacte que el grup proposa; ara bé, quin és el pacte adequat al públic i què és el que el fa sensible al contingut de la música és la pregunta essencial que es plantegen músics, productors musicals i investigadors en aquest camp des de fa dècades. El treball orientat a respondre-la conté un interès implícit tant per a l’estudi acadèmic com per a la comunitat artística i en aquest sentit, és desitjable que tots dos sectors sumin esforços combinant les respectives perspectives; arribat el cas, és d’esperar que el resultat guanyi en profunditat i lucidesa.

Bibliografia

ADELL, Joan-Elies (1997). “*Música i simulacre a l’era digital: l’imaginari social en la cultura de masses*”. Lleida: Pagès Editors, Col·lecció d’assaig Argent Viu.

AUMONT, Jacques (1992). “*La imagen*”. Paidós Iberica.

BENJAMIN, Walter (1973) [1936]. “*La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*”. Madrid: Ed. Taurus.

BLACKING, John (2006) [1973]. “*¿Hay música en el hombre?*” Madrid: Alianza Editorial, El libro de Bolsillo, Música.

FRITH, S. i GOODWIN, A., Eds. (1990). “*On Record: Rock, Pop and the Written Word*” New York and London: Routledge, Taylor & Francis Group.

FRITH, Simon (1980) [1978]. “*Sociología del Rock*”. Gijón: Ediciones Júcar, Los Juglares Serie Especial.

GASLINI, Giorgio (1976). “*Música total: intuiciones, vida y experiencias musicales bajo el espíritu del ’68*”. Barcelona: Editorial Anagrama.

KLAUS BRUHN, Jensen (1992): “*La política del multisignificado: Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política*”, a OROZCO, Guillermo (comp.): *Hablan los televidentes: Estudios de recepción en varios países*, México, Universidad Iberoamericana, pág. 97-129.

MAUSS, Marcel (2009). “*Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*”. Madrid: Katz editores, serie conocimiento.

PRICE, Sally: “*¿Son los antropólogos ciegos frente al arte?*”. Dins de: “*Reprenent l’objecte i les seves mediacions: antropologia, art i artefacte*” (2005). Quaderns de l’Institut Català d’Antropologia (Barcelona) 21: 15-31.

ROUGET, Gilbert (1985) [1980]. “*Music and trance*”, Chicago: University of Chicago Press.

SEGALEN, Martine (2005) [1998]. “*Ritos y rituales contemporáneos*”, Alianza Editorial