

LIBROS

▼ Walter Federico-Gadea



Cine musical en España. Protección y estado de la cuestión; Jaume Radigales (Ed.); Barcelona, Blanquerna, Universitat Ramon LLull, 2013; 110 páginas

Esta obra colectiva presenta distintos estudios acerca de la relación que existe entre el cine y la producción musical, entendida ésta como un inventario en el que se difunde un patrimonio cultural multidisciplinar. Para ello, el libro parte de algunas preguntas claves, como: ¿hasta qué punto el cine español se ha inspirado o ha tomado como modelo el musical anglosajón? ¿Es el cine musical español una señal de identidad cultural? ¿Ha servido el cine musical como una forma de propaganda política e institucional? Todas estas preguntas son respondidas a lo largo del libro, que comienza con el estudio de la década del 30 y finaliza con el análisis del cine musical en la actualidad. Los diversos artículos nos presentan al cine musical en sus múltiples caras. En primer lugar, el cine musical puede ser comprendido como herramienta para la propaganda política. En segundo lugar, aparece como una matriz que proyecta sobre el imaginario social de los consumidores formas folclóricas que tienden a estigmatizarse y consolidarse como formas típicas de ser y actuar, conformando una identidad colectiva. En tercer lugar, la utilización del cine musical intenta retratar una determinada forma de sociedad. De esta manera, la proyección de una determinada tipología musical en el cine español no es arbitraria ni ingenua. Muy por el contrario, la música es un instrumento esencial en la construcción de la narración audiovisual, en la medida en que se utiliza siempre como un dispositivo que distingue y conforma identidades, transporta un mensaje publicitario o nos abre camino hacia la organización de las imágenes. Todo ello convierte a la musicalización en un instrumento que articula y da función protagonista a las imágenes cinematográficas. Así mismo, el libro no deja de lado la función expresiva, que consiste en generar sentimientos y sugerir al espectador estados de ánimo o

emociones. De esta forma, la música, entendida como un elemento importante en la narración cinematográfica, atraviesa y se encuentra presente tanto en el cine musical juvenil como en el spot publicitario político, en el cine propagandístico de la etapa franquista o en los videoclips actuales, o el spot musical. Si nos referimos a la etapa franquista, el trabajo de Joaquín López González muestra con claridad que existen tipologías favoritas para el poder del momento, como la conexión con el género folclórico y con la vertiente popular –nacional, como la denomina el autor. Todos estos elementos simbolizan la búsqueda de las fuentes genuinas de espiritualidad y nacionalidad españolas, incontaminadas y puras. Como sabemos, detrás de todo nacionalismo se impone la búsqueda de un origen mítico y fundacional, que da sentido a la Nación. En este caso, la visión de la España de «charanga y pandereta» es una estrategia que pretende fomentar el conformismo social y la autocomplacencia de las clases populares. Mito y conformismo son las dos caras de un mismo poder que opera conformando identidad. Siguiendo otro recorrido, esta obra colectiva nos permite comprender de qué manera el nuevo spot musical representa un contraste con la vida cotidiana. De esta forma, el spot musical, aunque parte de una realidad vivida y cotidiana, siempre traslada al espectador a una realidad fantástica y persuasiva. En el caso que estamos estudiando, la construcción de la identidad se realiza mediante el reemplazo de la espontaneidad y la improvisación por la sorpresa y la tergiversación de roles o situaciones sociales del mundo físico del espectador. El spot publicitario es justamente efectivo en su propósito persuasivo, en la medida en que promueve el choque de modelos, de música y de humor. En este contexto, la música tiene un papel mediador porque genera un cambio en el significado emotivo del spot y porque auspicia una modificación en la historia representada. De esta forma, la utilización musical tiene efectos múltiples, lo cual garantiza el éxito del spot musical.