

ACTES DE LES III JORNADES DE MÚSICA

Organització

Institut de Ciències de l'Educació
Universitat de Barcelona

Comitè Científic

Araceli Viñes
Sònia Vives
Raül Juncos
Cristina Fuertes

Organització i Coordinació

Jordi Caja
Cristina Fuertes

Tractament informàtic de la Documentació

Cristina Fuertes

Barcelona 4-5 setembre de 2000

Imprimeix:
Editorial Gráficas Signo, S.A.
Carretera de Cornellà, 140, 2a planta
08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona)

Dipòsit Legal: B - 35.631 - 2000


ISBN: 84 - 88795 - 53 - X

ÍNDIX

Índex	3
PRESENTACIÓ	5
PONÈNCIES	7
Ensenyar la música o educar amb les músiques	9
<i>Jaume Ayats</i>	
Educant amb i per a les noves tecnologies	17
<i>Eduard Resina Bertran</i>	
Música i imatge	31
<i>Xavi Capellas</i>	
Música i mitjans de comunicació: la boda impossible	45
<i>Lluís Hidalgo</i>	
TAULES RODONES	53
Com escolten música els nens?	55
<i>Moderador: Ignasi Barjau</i>	
<i>Oriol Vallvé</i>	
<i>Francesc Busquets</i>	
<i>Carles Navarro</i>	
<i>Judith Muñoz</i>	
<i>Marc Dalmases</i>	
Música de consum o consum de la música?	69
<i>Moderador: Juanjo Zambrano</i>	
<i>Marc Mateu</i>	
<i>Santi Carrillo</i>	
<i>Carles Gilibets</i>	
<i>Josep Lluís Penadès</i>	
COMUNICACIONS	81
La banda sonora dels 7 magnífics	83
<i>M^a Carme Rusinyol i Pautas</i>	
Fem un anunci!	89
<i>Nàtalia Demidoff de Joltkevitch</i>	
Els nens presentadors	93
<i>M^a José Checa Domene</i>	
Controvèrsies en l'ús del jingle publicitari com a recurs didàctic?	95
<i>M. Dolors Olivé Vernet</i>	

Els mitjans de comunicació i la música en els llibres de text	107
<i>Araceli Viñes</i>	
FreeMusic. Música i informàtica educativa de franc	115
<i>Raül Juncos</i>	
La música i les noves tecnologies	121
<i>Sònia Vives</i>	
TALLERS	127
Arranjaments de música moderna	129
<i>Xavi Capellas</i>	
La música como elemento activo en el lenguaje cinematográfico	131
<i>Conrado Salabarder</i>	
Música i publicitat	133
<i>Saki Guillem</i>	
Sonorització de vídeo	135
<i>Oriol Vallvé</i>	
El rol de la música en la producció audiovisual	137
<i>Josep Lluís</i>	
Música i noves tecnologies	139
<i>Thomas Lorenzo</i>	
El vídeo-clip: descripció, història i ús	141
<i>Rafael Honrubia</i>	
Muntatge musical	143
<i>Manel Valls</i>	
Música i Internet	145
<i>Marc Mateu</i>	
Recursos musicals al vídeo-jocs	147
<i>Marc Dalmasas</i>	

PRESENTACIÓ



Per tercer cop ens és grat oferir-vos el llibre d'actes de les Jornades de Música organitzades per l'Institut de Ciències de l'Educació amb el suport del Pla de Formació Permanent del Professorat del Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya. Complint la fita proposada el setembre del 1998 pel Programa de Música mantenim la trobada bianual en el marc de l'Aula Teatre del Campus de Vall d'Hebron de la Universitat de Barcelona.

En les I Jornades de Música de l'any 1996 es van tractar des de una perspectiva general els diferents continguts curriculars que contempla l'educació musical des de la aplicació de la Reforma. Un cop iniciada la Reforma, les II Jornades van tenir un tractament de caràcter monogràfic abordant temàtiques com la creativitat, el interculturalisme, els mitjans de comunicació i la recerca. Des del Programa de Música hem considerat que fora bo aprofundir en aquestes temàtiques en properes jornades. Així les III jornades que presentem tractaran de forma monogràfica la relació entre la música i els mitjans de comunicació.

Les III Jornades s'emmarquen en la Formació Permanent del Professorat i volen respondre a les necessitats del professorat i contribuir a iniciar el curs acadèmic amb noves expectatives de treball. Les jornades volen ser un punt de trobada, de reflexió, d'aprofundiment i d'intercanvi d'experiències entre els docents d'aquesta especialitat que en aquests darrers cursos han experimentat i treballat la música amb els mitjans de comunicació a través del currículum de música.

El motiu d'abordar aquest tema de treball sorgeix un cop finalitzades les II jornades de música. Primer perquè va ser un dels temes presents que va resultar de més interès entre els assistents i segon perquè la relació entre educació musical i mitjans de comunicació està plena d'interrogants i buits pels professionals de la docència musical.

De ben segur si interroguem als músics del nostre temps que exerceixen com a tals ens resultarà difícil no trobar un músic (compositor o intèrpret) que en major o menor grau faci ús de la varietat de recursos que li ofereixen els diferents mitjans de comunicació per la seva tasca (estudiar, crear, arranjar, acompanyar,...) les possibilitats que ofereixen els mitjans de comunicació amplien el ventall de recursos de que disposava un músic de fa cent anys.

Sovint per desconeixement del tema i per manca de recursos els mitjans de comu-

nicació i la música no entren a la realitat de l'aula. En l'educació musical s'utilitzen recursos com l'audició, l'anàlisi, la interpretació amb la veu i els instruments, l'estudi de la història i l'estètica,... I en molts d'aquests recursos la presència dels mitjans de comunicació és un fet i poden millorar els procediments per treballar els continguts musicals. De fet, tant la música com tots els mitjans de comunicació tenen un punt en comú que no podem oblidar i que ens pot servir per aprofundir. Música i mitjans són llenguatges que comuniquen.

A l'inici del segle XXI, gràcies als mitjans de comunicació i les diferents tecnologies que han sorgit al segle XX (ràdio, TV, cinema, Internet...) vivim envoltats de música. Ens agradi o no la música és una companya incessant que quasi no deixa lloc al silenci, una companya que a diferència d'altres èpoques, no és música en viu sinó música enregistrada, sovint manipulada i reproduïda a través de sofisticats aparells tecnològics que sentim sense escoltar en qualsevol moment i espai (al metro, a qualsevol centre comercial, al cotxe,... els exemples són variats). De forma massa freqüent la música enregistrada s'ha convertit en una companya no escollida però present en la nostra vida quotidiana a través dels diferents medis. Evidentment, tot això condiciona el fet musical actual i la manera com es percep i s'escolta la música. L'utilització de la música en els mitjans ens porta a qüestions com: Quines funcions pren la música en els mitjans de comunicació? Quin tractament se li dóna? Com podem treure profit els docents d'aquests nous recursos que tenim al nostre abast per a educar?

Esperem que les jornades es converteixin en un marc d'intercanvi d'experiències i activitats musicals a través de les diferents ponències, taules rodones, comunicacions i tallers que s'ofereixen. Les jornades són també el marc ideal per a donar a conèixer el treball que es porta terme en els diferents Seminaris, Grups de Treball i cursos que s'organitzen des del ICE i per formar nous grups de treball i detectar les necessitats formatives. Igualment les jornades estan obertes a qualsevol aportació docent que sigui innovadora i d'interès pels professionals de l'ensenyament musical.

Cristina Fuertes
Coordinadora del Programa de Música

Nota:

Per a la publicació d'aquests treballs s'han utilitzat els originals que els diferents autors i autores van entregar a la secretaria de les jornades, per la qual cosa són els responsables tan del contingut com dels aspectes formals.

PONÈNCIES



ENSENYAR LA MÚSICA O EDUCAR AMB LES MÚSIQUES

Jaume Ayats



Dr. Jaume Ayats. Universitat de Vic /Universitat Autònoma de Barcelona

Quins són els temes de debat i de controvèrsia entre els mestres i professors que intervenen, per alguna banda, en l'àrea musical? En la majoria d'ocasions –a més dels inevitables problemes logístics– la discussió se centra en dos únics punts: què s'ha d'ensenyar, i com s'ha d'ensenyar. O sigui, i per dir-ho amb paraules de l'argot del gremi, en una qüestió de continguts i una qüestió de procediments. Més secundàriament, ens preocupem de què aprenen o assimilen, i de què no aprenen o no interessa als alumnes, o sigui, de temes relacionats amb la recepció i amb les actituds per part dels alumnes (elements actitudinals, segons la LOGSE). I en alguns casos, les actituds i la recepció per part dels alumnes la fem dialogar, com és ben lògic, amb els continguts conceptuals i els procediments d'ensenyament. Tot i que cal admetre que mai la cosa és tan simple, sí que crec que a grans trets el debat es mou dins d'aquesta lògica o, com dirien alguns, dins d'aquests paràmetres...

Però, ens hem de preguntar, si és prou raonable –o sigui, prou efectiu– que els termes del debat entre ensenyants siguin aquests. I jo gosaria dir que molt sovint deixem de banda un debat previ que pot ser vital per a l'activitat docent de l'àrea musical. La qüestió de fons seria: Per què i amb quins objectius ha d'intervenir la música a l'escola? I segurament les diferents respostes a aquesta pregunta ens permetrien veure si allò que cadascun fem es adequat a allò que pretenem aconseguir. Ja sé que, segurament a causa d'una història singular, en el nostre país les reflexions de fons sobre l'activitat docent no sempre es perceben com a gaire atractives (i la responsabilitat potser també és de la banda dels pensadors més "professionalitzats" que no sempre han sabut connectar amb les necessitats interessos del col·lectiu). I això encara és més dramàticament evident en els ambients d'ensenyament musical, on durant molts anys tothom s'ha espavilat una mica com ha pogut, i s'ha prioritzat la reproducció mimètica d'uns procediments-recepta o d'unes *metodologies* abans de fer una reflexió global, a vegades més incòmode per a la pràctica quotidiana. Però ara, diria jo, és un moment en el que no podem evitar plantejar-nos qüestions de partida: moltes de les perplexitats que suscita l'activitat musical diària a l'ensenyament obligatori (especialment a secundària, però també a primària) estan íntimament relacionades amb el paper i els

objectius que s'atribueixen a l'ensenyament de la música; i dins del col·lectiu d'enyants cada dia es percep més la necessitat d'uns plantejaments que permetin emmarcar i orientar l'activitat docent en música, paral·lelament als replantejaments generals de tota l'activitat docent.

Tornem, doncs, a la qüestió: << Per què i amb quins objectius ha d'intervenir la música a l'escola? >> I permeteu-me que assagi de buscar-hi algunes respostes, amb el benentès que jo formulo els meus camins de resposta –particulars i intransferibles, i que de cap manera serveixen de solucions simples i màgiques– i que això no estalvia a ningú de plantejar-se els seus, degudament situats en les circumstàncies pròpies de cada professor i de cada aula.

Al meu entendre hi ha un fet conceptual previ, però de gran importància per a totes les aplicacions pràctiques posteriors: cal revisar la noció d'allò que, en general i de manera prou arrelada, la nostra societat considera que és la música. De manera implícita, es dóna per suposat o per fet que la Música (en un demostratiu singular i sovint en majúscula) és un contingut, un objecte que es pot mostrar (“ensenyar”) i que es pot transmetre com es fa amb els objectes materials. No m'entretindré a detallar les nombroses conseqüències i profundes implicacions d'aquesta creença, però a tall d'exemple vull recordar fins a quin punt es fa equivaldre amb gran lleugeresa la música amb la partitura –jo no he trobat mai cap partitura que “soni” per si mateixa..!–. S'eleva el codi escrit, estrictament mut si no coneixes oralment la tradició sonora que vol representar, a la condició de realitat musical. L'escriptura, per tant, actua de metàfora d'una idea d'objecte musical, d'una obra musical portadora de la noció d'Art, que només pren existència en les conviccions i en els usos de la nostra cultura en època contemporània.

Davant d'aquesta idea occidental de Música (que seria la d'una comunicació sonora unificada amb característiques pròpies, però que cap diccionari no pot arribar a definir amb una mínima eficàcia), i de concebre aquesta idea de Música en relació amb uns “objectes sonors” suposadament independents de les persones, altres cultures ens mostren possibilitats alternatives d'entendre la música que, al meu entendre, són força més eficaces a nivell pedagògic. D'entrada cal afirmar de manera clara –i en contra d'una creença molt míticament estesa en la nostra societat– que fora de la cultura europea i de les seves expansions colonials gairebé cap cultura no té el concepte de música, i que aquesta realitat “musical” –per a nosaltres tan “evident”– deixa de ser una denominació útil en la majoria de cultures humanes. D'aquí se'n dedueix un fet decisiu: per a la majoria de cultures (i també a molts nivells quotidians i pràctics en la cultura europea) hauríem de parlar des d'una diversitat d'activitats i de situacions sonores. Per acostar-nos-ho un xic més, podríem dir de manera ràpida que anomenem música a una sèrie d'activitats, íntimament relacionades amb les activitats quotidianes de la gent, i que no podem parlar de manera estricta d'un “objecte sonor” separat d'aquestes activitats. Sense l'activitat i la interrelació humanes no hi ha activitat sonora, i l'obra musical no és res més que una voluntat d'abstracció o de metàfora d'aquestes activitats. Què suposaria aplicar aquesta idea –que molt sovint ja hem entès o aplicat de manera intuïtiva– a l'escola? A nivell teòric, no hauria de ser una aplicació gaire

problemàtica: l'ensenyament significatiu i constructivista (tenint en compte la funcionalitat i la contextualització) que s'indica en les nostres universitats, i que proclamen les normatives, estaria completament en aquesta línia. I no és cap atzar el remarcable paral·lelisme que hi ha entre la pràctica pedagògica que trasllada el centre d'interès a l'alumne i als processos concrets d'aprenentatge que l'afecten, i les tendències de recerca de la musicologia actual (i de forma més intensa de l'etnomusicologia) que deixen de fonamentar l'estudi en els productes musicals per traslladar la investigació cada cop més en la música com a processos protagonitzats per individus i grups socials. L'interès ha passat dels "productes" als protagonistes de les activitats.

Ara bé, sabem prou per experiència pròpia que una aplicació rigorosa d'aquestes orientacions en la pràctica docent quotidiana pot comportar un gran canvi de plantejaments (fins al punt que en alguns casos potser és impossible una transformació immediata i total dels models). Tanmateix, només fer-nos conscients d'aquest canvi de concepció ens pot oferir moltes pistes de canvis concrets en l'activitat docent i, a la llarga, conduir-nos a un panorama docent prou diferent.

En primer terme, cal deixar clar que si la música és una activitat interactiva entre persones, la idea de transmetre continguts i sabers musicals fora d'aquesta interacció participativa queda completament descartada. Aprendre tecnologies o conceptes teòrics, realitzar audicions, aprendre "història de la música", triar entre unes músiques o unes altres per "mostrar-les" a l'aula... tot això passen a ser qüestions i decisions que han d'estar forçosament supeditades a l'activitat social i personal –i per tant als objectius educatius– que es vol aconseguir, i no pas a l'inrevés. Els aprenentatges << teòrics >> i la transmissió de continguts en cap cas poden fer-se independentment o per avançat dels aprenentatges pràctics. I és quan l'interès en l'activitat es fa evident en el grup d'alumnes que els elements tècnics poden entrar a formar part dels interessos immediats dels alumnes.

En un segon pas, sabem que les activitats musicals tenen uns papers determinats i prenen significats i valors en la vida d'un entorn social o d'una comunitat. Les músiques mai no són una finalitat només en si mateixes (Blacking 1994, Small 1989), i només podrem entendre l'activitat musical dins d'una situació social que sobrepassa de molt el simple fet sonor. Enfront de posicions –molt comunes, encara, en la retòrica actual, i que podríem qualificar d'idealistes o de transcendents– on la música seria un fet independent de les persones, o una comunicació <<pura>> entre un geni superior i l'individu isolat, podríem afirmar que en la vida quotidiana les activitats musicals són més aviat un medi o, dit de forma simplificada, un pretext. Les activitats musicals serveixen per establir relacions entre les persones, per compartir actituds, complicitats i conviccions, per viure corporalment i sensitivament la pertinença a grups socials, per transmetre models socials de sentir i de ser... En definitiva, és un joc social on realitzem qüestions d'identificació o de rebuig, i d'emoció personal vinculada a la vida social. I això en processos continuats de transformació, de negociació de la posició individual i dels significats múltiples i canviants atribuïts a les activitats musicals. Cal ser conscients que les músiques contribueixen de manera important a construir-nos com a individus socials, i per diferents camins ens expliquem i expliquem el nostre

entorn a través de «narratives» musicals (Vila 1996). I tot això, ¿quan apareix en l'activitat escolar? Si establim com un fet que la majoria dels nostres alumnes (sobretot en unes edats concretes) escolten i participen en activitats musicals segurament força més hores a l'any que les que passen a l'escola: ¿com és que rarament a l'escola fem possible que aquestes activitats siguin reflexionades, valorades i debatudes? Molt sovint ens trobem amb la paradoxa que un dels elements d'activitat social més rellevant i més significativa per als nostres alumnes (tot allò relacionat amb músiques) és oblidat a l'aula, fins i tot a "l'hora" de les matèries "musicals". Si l'alumne participa en una intensa activitat musical que a l'aula ni tan sols és reflexionada, dialogada o relativitzada (per fer-ho només cal parlar dels diferents gustos i maneres de viure-ho que manifesten els alumnes!), molt més difícilment podrem fer interessar els alumnes per altres continguts i activitats musicals que els són més allunyades. I prou sabem que en els models de vida social que tenen més presents els alumnes la reflexió és menys freqüent del que crec que caldria –almenys segons les meves conviccions i experiències en aquesta època de presses–, i molt probablement estarem d'acord que un dels objectius principals de l'escola és potenciar la reflexió crítica i dialogada. Si no som capaços de tenir en compte l'entorn musical de l'alumne i els seus gustos i rebutjos, i de proposar-los com a base educativa per al diàleg i la reflexió –i no debats buits sobre la "qualitat" abstracta de les músiques, sinó sobre el que representen en la vida social i individual de la gent–, farem gairebé impossible que els alumnes s'interessin per altres gustos/rebuigs d'horitzons musicals que no els són propers; "horitzons" que poden ser precisament els del professor, o els d'altres sectors socials, o els d'altres cultures, i els quals, estic convençut, no cal excloure d'un procés educatiu ampli i significatiu. L'ampliació dels centres d'interès musicals proposats als alumnes, la curiositat per a altres músiques i altres entorns humans (que van completament unides) i, conseqüentment, l'ampliació de la seva llibertat a l'hora de triar i a l'hora de formar-se també sensiblement, no pot fer-se sense aquest diàleg. A més, potser no caldria ni dir-ho, el convenciment, l'apassionament i la vitalitat del professor són, ben sovint, imprescindibles per a l'èxit d'aquesta comesa –de la mateixa manera que ho són altres circumstàncies de la vida escolar que ara no podem tractar.

En aquest punt de l'exposició, algú podria argumentar sobre la <<qualitat>> o la poca qualitat, d'algunes músiques. I jo li respondria que les <<qualitats>> de cada música no li vénen adjudicades per unes essències intrínseques (a ella mateixa o al "geni" de l'autoria), sinó que cada activitat musical pren significat en l'entorn social i humà on es fa efectiva. Són la motivació, la situació i l'ús social que se'n fa que donen significat a l'activitat, i així –com ha proposat Josep M. Vilar, 1997– potser cal més aviat parlar de <<músiques amb qualitats>>, qualitats diverses i útils per a diverses ocasions socials –i, per tant, per a diverses fites educatives–, fins i tot qualitats històricament i socialment en procés de transformació, enlloc de pensar en uns absoluts que ens fan perdre el món real de vista. En la mateixa línia, algú també podria al·ludir als <<grans autors>>, com si poguessin tenir valor independentment d'un ambient social que els fa <<ser>>... En realitat, en l'ensenyament de la música molt sovint hem anat a remolc de models històrics d'altres disciplines (especialment de la literatura i de la història de l'art). I potser encara ara busquem models legitimadors <<d'alta cultura>>.

precisament quan aquestes altres disciplines s'estan esforçant d'abandonar una idea estàtica de patrimonis culturals (de patrimonis que haurien d'inculcar les "humanitats" tractant la cultura com objectes inerts o ideologies neutres, com pretenen determinades propostes de l'administració), i procuren substituir-la per uns processos dinàmics que tenen raó de ser en les vivències i en les reflexions dels alumnes, o sigui, en l'educació de persones d'un lloc i d'un moment concrets.

Un cop hem situat una certa proposta general –que podem sintetitzar en abandonar la idea objectual de música i passar a entendre la música com un conjunt d'activitats socialment i individualment significatives–, podríem parlar llargament dels "tics" que ens mostren com en l'activitat escolar diària aquesta transformació té poca presència, o tot just està començant a produir-se. Vegem-ne només alguns casos a tall d'exemple.

1- L'existència d'un "mestre especialista de música" suposa, d'una banda, tenir un tècnic coneixedor dels recursos musicals (un plural ben difícil d'aconseguir!) i suposa delimitar l'activitat docent musical a un petit espai horari i, a vegades, a una aula concreta, l'aula de música. Això ha estat presentat –i no seré pas jo qui ho desmenteixi– com un gran guany del model escolar, fins al punt que moltes escoles argumenten la qualitat dels seus serveis amb l'aula de música i l'especialista corresponent... Però això no ens ha de fer perdre de vista que <<tancar>> l'activitat musical de l'escola a una aula i a una hora a la setmana, i delegar-la exclusivament a les mans d'un especialista, pot ser la millor manera de convertir-la en socialment irrellevant i, conseqüentment, apartar-la dels interessos i actituds valorades positivament pels alumnes. Precisament les activitats musicals són uns dels procediments més interdisciplinaris que es poden utilitzar a l'escola, en una època que la interdisciplinarietat es considera un valor social en tots els camps. No és cap secret que la música pot intervenir amb resultats esplèndids en l'aprenentatge de continguts i d'actituds de matèries tan diverses com matemàtiques (i lògica!), llengua, ciències socials, naturals, totes les qüestions relacionades amb el cos i amb la (re-)presentació social, recursos d'abstracció, de memòria, d'autocontrol físic, psicològic i afectiu... i un llarg etcètera que ara no cal pas concretar més. Aquesta interdisciplinarietat –que acostumen a tenir prou clara els mestres dels nens de 3 a 6 anys– no és gens habitual en edats superiors. Fins al punt que es dona per implícit que l'activitat musical és més pròpia dels nens petits... I <<música>> passar a ser aquella activitat delimitada a un lloc i un temps tan determinats que, per exemple, molt sovint es revela una activitat desestimada per altres professors del centre. Si les persones adultes, que serveixen de referència (imitació / re-buig / diferència...) als alumnes, no fan cap activitat musical en la seva vida quotidiana i no les valoren, i a més aquestes activitats no tenen cap altra presència vital fora de l'aula de música, difícilment el que es fa dins de l'aula de música serà gaire rellevant per a l'educació del nen. Una prova fàcil: pregunteu a alumnes de quinze anys o més si els agrada cantar i "fer dansa", i descobrireu que majoritàriament són considerades activitats que feien de petits, i que de grans <<ja no toquen>>: només les fan els "músics" i els "ballarins" professionalitzats (i això sense tractar un altre tema candent: que són considerades, des de fa pocs anys, activitats exclusivament femenines). Jo us puc aportar a manera d'il·lustració algunes dades de la meua experiència universitària. A la

Universitat de Vic he preguntat a diversos grups d'alumnes de primer curs de la diplomatura de mestre, però fora de l'especialitat de música, quants varen tocar la flauta de bec a l'escola obligatòria. Més de la meitat dels alumnes contesten positivament. Després pregunto quins altres instruments toquen, i amb certa vergonya una dotzena d'alumnes (més o menys el 20%) acaben admetent que "remenen" la guitarra, la guitarra elèctrica el baix, algunes percussions, el piano o algun teclat, el clarinet o el violí. Cap d'aquests instruments ha intervingut en la seva vida escolar. Finalment pregunto quants han tocat la flauta en el darrer any: mai ningú no ha respost positivament. I immediatament aclareixo, enmig de mostres d'alleujament per part dels alumnes, que jo no "faig tocar la flauta" en la formació que els proposo. Al meu entendre, és un cas clar d'una activitat musical a l'escola que, independentment dels resultats positius que pugui haver tingut per a l'alumne, no sembla que tingui gaire rellevància ni repercussió en la seva formació, i menys en la seva vida social actual.

Segons com es miri, l'existència d'aula de música i d'especialista en la matèria, pot no tenir gaire res a veure amb la millora substancial del paper de la música en un centre escolar.

2- Un segon exemple: la qüestió de l'aprenentatge de lectura-escritura musical. Tots estarem d'acord que saber entendre els signes d'una partitura musical estàndard europea és una habilitat escolar que d'entrada considerem positiva, i que no fa "cap mal" a un alumne d'ensenyament obligatori. Encara més, que una formació ideal de ciutadans amb una cultura general elevada podria certament incloure aquesta habilitat. Fins i tot estarem d'acord que l'aprenentatge d'aquesta habilitat, tot i que l'alumne no es vulgui dedicar posteriorment a activitats musicals, pot ser un bon aprenentatge de disciplina, control, lògica, abstracció, etc. Ara bé, a vegades la lectura musical es transforma en un objectiu per si mateixa, fora de reflexions i de plantejaments, un objectiu implícit i indiscutible sense abans valorar-ne l'interès i l'eficàcia en el context escolar on treballem. Per a sorpresa d'alguns, podem adduir una entrevista a un professional prou conscient, el violinista Gerard Claret (revista *Escola catalana*, febrer 1998: 17):

"en l'àmbit de l'ensenyament obligatori encara és més important tot això: **l'ensenyament musical que s'hi fa no ha de tenir res a veure amb el solfeig**, ha de ser el contacte més viu i de la forma més directa possible amb la música: cantant, sobretot, i si vols, a uns certs nivells d'edat, donant unes nocions d'història de la música. **Però solfeig, ni parlar-ne!** En el món de l'ensenyament general, podria provocar més rebuig que no cap altra cosa." (les negretes són meves)

Unes afirmacions com aquestes per sort, ara, a diferència de fa alguns anys, ja no escandalitzen gairebé ningú. Però revelen de manera clara un problema de fons, fan parlar i argumentar sobre els objectius de l'activitat musical a l'escola. I massa sovint el mestre ho soluciona –o només li queda aquest camí– amb una metodologia (o, pitjor, amb uns llibres editats) on ja queda predefinida l'opció, i no té en compte allò que educativament vol aconseguir en un lloc determinat amb uns alumnes concrets i una situació social també concreta. Si els alumnes no fan activitats d'expressió musical, si no porten a terme diàlegs-reflexions sobre el paper de la música en la nostra vida i el nostre entorn, aprendre lectura-escritura pot ser una activitat prou absurda, irrelle-

vant en la formació de l'alumne i, sovint, abocada a un fracàs estrepitos. Quan, en definitiva, sabem prou que la tecnologia domèstica actual (ordinadors, teclats, enregistraments, grafies automatitzades, etc) acuradament orientada pot permetre un bon aprenentatge d'estructures musicals (i fins i tot de solfeig en el sentit més estricte) d'una manera activa i pràctica, i potser a partir de models propers a l'alumne, tal i com han mostrat professors com Jordi Raventós a través d'aplicacions pedagògiques basades en la música màquina (1998).

3- Un darrer exemple. Posem-nos en la pell del professor de secundària —o de primària— que a partir de plantejaments benintencionats de diversitat i multiculturalitat decideix sortir-se del *curriculum ocult* (malauradament encara hegemònic), i que té clar que quan la normativa parla de “les grans obres de la música” i “dels grans autors”, seria certament curt d'horitzons (d'horitzó geogràfic, històric, de grup cultural, de gènere, etc) i ideològicament molt marcat creure que es limiten a una llista que comença amb Bach, seguit de Mozart, Beethoven, Brahms, etc, i llurs partitures (un plantejament encara molt habitual en llibres de text escolars). El professor vol incloure músiques diverses per tal de mostrar també diversitat de cultures i de sensibilitats, i també vol incloure músiques de l'entorn social de l'alumne. Però això pot topar amb més d'un problema. Primer de tot, es tracta de substituir uns “objectes” musicals per uns altres, però potser no sempre es té prou en compte que substituir continguts “clàssics” o tradicionals per altres de coetanis (rock, rap, heavy, música contemporània o de cinema) o d'altres cultures no representa per si mateix cap canvi d'enfoc dels objectius pedagògics. Certament, cada producte musical tindrà interessos i significats diferents per a l'alumne, però només presentar-los com objectes o productes no canvia l'estratègia educativa, i tampoc tindria gaire sentit educador limitar l'activitat educativa només als simples interessos més immediats dels alumnes (o més verbalitzats per ells). Fins i tot, presentar músiques de cultures allunyades només com un “producte” sonor, pot ser un simple viatge auditiu, ja que enfront del tòpic de la música com a llenguatge universal està ben clar que la percepció sonora està completament condicionada culturalment, i que només des d'una certa aproximació a la cultura tindran interès els exemples sonors. Per tant, a un canvi en els productes musicals oferts a l'aula és lògic que s'hi vinculi un canvi bastant més profund: un canvi en el què pretenem transmetre, dialogar i reflexionar, o sigui educar en un sentit crític i vivencial, a través dels exemples sonors. Massa sovint el debat entre mestres se simplifica entre uns suposats “tradicionalistes” que s'aferran a uns productes considerats de valor superior o universal, i uns suposats “progressistes” que proposen obrir la música escolar a altres productes fins ara desvalorats o oblidats. I jo crec que aquesta bipolarització pot fer perdre de vista que el canvi important, al meu entendre, no és només de productes musicals, sinó dels objectius educatius que més amunt esmentàvem.

Podríem allargar aquests temes i debats amb uns quants exemples més, però que ara seria difícil de desenvolupar amb totes les seves conseqüències. Tanmateix, deixeu-me'n esmentar alguns de prou importants: com la noció de cançó tradicional i els valors i virtuts que se li han atribuït en molts programes d'ensenyament, sense que això hagi anat acompanyat d'un debat i d'una crítica en el conjunt del col·lectiu d'en-

senyants (i molt menys, encara, recolzat en recerques científiques; ho tracta Costa, 1998); o el mateix amb la noció de cançó infantil (Aiats 1996); o el paper de la música en els mitjans audiovisuals, i la lectura-reflexió crítica que se'n pot fer des de l'escola; o encara el gran impacte de les noves tecnologies en l'aprenentatge escolar de la música...

Bé, podeu veure que el debat queda molt més obert que no pas tancat –d'altra banda, el desig dels organitzadors d'aquestes Jornades–, i tinc l'esperança que la meua aportació hagi desvetllat més el desig d'aprofundir-hi i de posar-nos a les feines concretes, aquelles veritablement fructíferes, que no pas que ens faci perdre en les boires d'una especulació poc aplicable.

Jaume Ayats

Referències bibliogràfiques:

Ayats, Jaume, 1996, "Existeix la cançó infantil? (de l'etiqueta, la classificació genèrica i l'ús)" dins *Actas del Primer Congreso de la Sociedad Ibérica de Etnomusicología* (Jordi Raventós ed.), Sabadell, La mà de guido, p.23-29.

Ayats, J., Raventós, J., Vilar, J.M., "El mestre i el professor de música investigadors i observadors: propostes d'aplicació a l'aula", dins *Actes de les II Jornades de música, ICE de la Universitat de Barcelona, Barcelona, 7 i 8 de setembre de 1998*, p. 113-122, Barcelona, 1998.

Blacking, John, 1994 (1973), *Fins a quin punt l'home és músic?, (How musical is man?)* Vic, EUMO (Seattle, University of Washington Press). Pròleg de Jaume Aiats.

Costa, Luis, 1997, "Práctica pedagógica y música tradicional" dins *TransIberia*, 1, Castelló, Universitat Jaume I, <http://www2.uji.es/trans>.

Raventós, Jordi, 1998, «Jugar con sonidos en el fin de milenio: música máquina en el aula» dins *Eufonía* 12: 67-77.

Small, Christopher, 1989 (1980), *Música. Sociedad. Educación*. Madrid, Alianza editorial.

Vila, Pablo, 1996, "Identidades narrativas y música. Una primera propuesta teórica para entender sus relaciones" dins *Trans-Transcultural Music Review*, 2, Castelló de la Plana, Universitat Jaume I, <http://www2.uji.es/trans>.

Vilar, Josep M., 1997, "Música bona, música dolenta (música de qualitat; música amb qualitats)" dins *Revista Musical Catalana* 148: 22.

EDUCANT AMB I PER A LES NOVES TECNOLOGIES

Eduard Resina Bertran

Doctor en Composició i professor de la Facultat de Comunicació Audiovisual
de la Universitat Pompeu Fabra



En els darrers anys el tema de les noves tecnologies a nivell social sembla haver-se centrat al voltant de la informació. Parlem de la societat de la informació, de les autopistes de la informació, etc. Parlem, bàsicament, d'Internet. Què hi ha realment de nou en els nous sistemes d'informació? Quines diferències trobem a nivell d'informació entre la nova i la tradicionalment accessible a través de biblioteques, enciclopèdies, diaris i hemeroteques, radio o televisió? És la informació l'únic i veritable avantatge que ens reporta l'ús de noves tecnologies? I, sobretot, quin paper poden i han de jugar aquests mitjans en els nostres sistemes educatius, i com i en quina direcció han d'adaptar-se aquests davant el nou panorama que s'ha obert?

En aquest escrit exposaré alguns punts de vista en relació a aquestes qüestions. Tot i així, sóc conscient de que, sobretot respecte a la darrera pregunta referent a l'adaptació del sistema educatiu a les noves possibilitats tecnològiques, hi ha encara moltes variables a nivell tant tecnològic com polític i social que afectaran la recepció i integració social d'aquestes tecnologies, a més del seu propi desenvolupament, i que tardaran alguns anys en resoldre's i consolidar-se o, si més no, estabilitzar-se prou temps com per assimilar-les i poder dissenyar estratègies educatives amb una perspectiva més ample que la que ara ens és possible tenir.

A continuació m'he permès parlar en primer lloc d'alguns aspectes educatius de forma general per passar més tard a temes estrictament relacionats amb l'educació musical.

Hi ha, sens dubte, una certa indefinició respecte al futur immediat de les noves tecnologies. Quan quedaran obsolets els sistemes actuals i què els succeirà? Amb què ens trobarem d'aquí cinc anys? I com s'ho farà el sistema educatiu, una maquinària enorme i pesant, per seguir de prop i adequar-se a la ràpida evolució tecnològica? No pot ser que qualsevol estratègia educativa que es dissenyí hagi esdevingut ja obsoleta quan finalment s'aconsegueixi la seva implantació en els centres? Quins mecanismes de reciclatge seran necessaris per tal que el professorat estigui en condicions de treure profit de les tecnologies presents i futures?

Malgrat l'incertesa darrera d'aquestes qüestions no ens pot faltar la convicció de que l'educació, com a mecanisme essencial i de base en la formació, definició i renovació dels models socials imperants en cada moment, ha de ser una plataforma d'introducció social d'aquests nous mitjans i ha d'estar a l'avantguarda de tot allò que ens permeti millorar el nivell de formació, integració social i coneixements de les noves generacions.

Podem assegurar que els futurs mitjans tecnològics estaran a l'abast de la societat encara que no estiguin presents a l'escoles i als centres educatius, de la mateixa manera que els ordinadors personals i la connexió a Internet han estat presents a moltes llars abans que ho estiguessin a l'escoles. El problema és que si els centres d'ensenyament no fan un esforç permanent per estar al dia estaran, per un costat, renunciant a que els alumnes utilitzin aquests mitjans precisament amb finalitats educatives i, més important, estaran renunciant a educar per a la utilització correcte i enriquidora d'aquests mitjans.

Aquest darrer punt és un tema d'actualitat ple d'implicacions ideològiques. Malauradament, per a alguns sectors socials l'ús correcte de la informació esdevé una qüestió de control i censura d'aquesta utilitzant els exemples més sòrdids accessibles des de la xarxa per defensar la seva posició. Evidentment, aquesta no és la qüestió. Els nous mitjans d'informació tenen el valor indiscutible de la no discriminació (fins ara) del seu contingut, la facilitat amb que aquest pot ser contrastat, la seva independència global d'interessos ideològics, polítics i econòmics concrets precisament perquè tots els interessos de diferent signe hi són representats i per tant es neutralitzen mútuament. Educar per l'ús adequat d'aquesta informació no vol dir preseleccionar la informació adient, sinó desenvolupar criteris selectius en el alumne, ensenyar a contrastar la informació utilitzant diferents fonts, aplicar un dubte sistemàtic i un esperit crític davant del que se'ns presenta com fets, qüestionar la parcialitat i la informació tendenciosa, ensenyar a llegir entre línies i empènyer a arribar a conclusions pròpies valorant tant la informació que tenim com la manca d'informació que se'ns amaga i que trobem a faltar.

Aquesta necessitat educativa no és nova, tot i que s'ha emfatitzat a partir de la manca de control que, ara per ara, els organismes oficials tenen sobre els nous mitjans d'informació. En realitat ja fa molts anys que resulta imprescindible una assignatura a l'escoles sobre *recepció crítica de la informació*. Una assignatura que ensenyi a ser crític davant la programació televisiva (els informatius, les pel·lícules, els dibuixos animats), la seva parcialitat, els models socials que proposen i els missatges subliminars que introdueixen, a ser crític i a comparar la diferent forma en que diversos mitjans d'informació (radio, televisió, diaris) presenten una mateixa notícia, quin model cultural potencien (música, autors, publicitat, pel·lícules, tradicions i efemèrides), i quins altres obvien, etc. Una necessitat educativa que no s'ha posat sobre la taula mentre ha hagut sistemes de control de la informació (llibres de text autoritzats, cadenes de radio i televisió estatals o subsidiàries, grups editorials partidistes, etc.). És per això que aquesta preocupació per l'ús i accés "correctes" de la informació se'ns presenta de cop i volta com un tema d'actualitat quan, en realitat, és precisament ara quan

la informació pot ser més fàcilment contrastada, tot i que menys fàcilment controlada.

Deixo doncs, per començar, plantejada la necessitat palesa de tractar la recepció crítica de la informació a les escoles. Un aprenentatge que dificultaria la manipulació de l'individu en aquesta societat de la informació, i que podria ser molt més avantatjosa que algunes de les assignatures tradicionalment impartides en el nostre sistema educatiu. Sent realistes, no sembla fàcil que des del ministeri s'impulsi una assignatura d'aquest caire, però aquesta mena de reflexió crítica sobre la informació i els mitjans de comunicació es podria englobar perfectament, per exemple, dins de l'assignatura de Ciències Socials. La informació, no importa quan intencionada o perversa sigui, pot esdevenir reveladora en lloc de nociva si l'individu té desenvolupats els mecanismes de reflexió crítica necessaris per identificar les informacions parcials i subjectives, les interpretacions unilaterals, el silenciament de la diversitat de punts de vista, les llacunes informatives i el missatge ideològic que tota informació amaga. Quan l'educació no desenvolupa aquests mecanismes reflexius deixa l'individu indefens i en mans dels interessos partidistes i sectorials de la nostra societat. El missatge ideològic està present fins i tot en aquells productes aparentment més innocents (informació esportiva, programes infantils, etc.). Recordem, per exemple, les queixes i la pressió que els serveis d'informació meteorològica van rebre del sector turístic fa uns anys quan per Setmana Santa aquests van anunciar la tendència a pluges ininterrompudes durant el període de vacances. Fins i tot la informació meteorològica ens pot arribar prudentment matisada per interessos econòmics particulars.

La necessitat d'aquest tipus d'ensenyament va lligada, òbviament, a la necessitat de que el professorat tingui una formació adequada en aquest mateix sentit. Tenint en compte que a l'actualitat la major part de la informació que arriba als alumnes no prové de l'escola sinó de la televisió, dels vídeos, dels jocs interactius, de l'ordinador, etc., sembla necessari que el professorat comenci a tenir una formació que els capaciti per canalitzar aquest fet positivament. No es tracta de lluitar-hi, cosa d'altre banda totalment inútil per impossible, sinó de treure'n profit educatiu.

Quins avantatges tenen les noves formes de transmetre i accedir a la informació? Uns quants segueixen a continuació:

1. Un ja l'hem mencionat: la diversitat de fonts i procedències diverses, la seva internacionalització i les dificultats per restringir el seu espai d'acció.
2. La informació és accessible a qualsevol hora del dia, sense límit de temps, des de qualsevol ordinador connectat per xarxa a tot el món (globalitat), accedint a qualsevol punt i en qualsevol ordre (indexació, accés no lineal). Pot ser compartida simultàniament per moltes persones, i es pot guardar en disc, imprimir o enregistrar en el format més pertinent.
3. Pràcticament no ocupa espai físic, per tant el volum d'informació al que tenim accés és potencialment infinit, a més d'econòmic.
4. La informació no és estàtica (com la d'una enciclopèdia impresa), sinó que creix, s'actualitza i s'amplia dinàmicament dia a dia.
5. Els sistemes de cerca faciliten el trobar informació catalogada a partir de con-

texts diversos dels quals es desprenen categoritzacions i jerarquies sovint més útils que l'accés directe a l'objecte o terme descontextualitzat, com el d'una entrada en un diccionari. També fan possible el trobar una entrada en relació a un context determinat en base a la seva relació amb un altre o altres termes clau (*keywords*).

6. Els mitjans hipermedia permeten obtenir informació visual tant estàtica com dinàmica, així com informació sonora, relacionada amb l'objecte o tema d'informació.
7. L'hipertext possibilita, mitjançant connexions inserides en el text (o *links*), accedir a temes relacionats o derivats del principal o de qualsevol concepte important emprat en el text (aplicacions, connotacions o relacions semàntiques, contextos i acepcions múltiples, ampliacions temàtiques, etc.).
8. Un avantatge important és, precisament, que aquests mitjans permeten tant rebre com transmetre informació, i per això eleven l'accés a la informació al nivell superior de comunicació (informació bidireccional). L'usuari pot ser receptor i transmissor en un intercanvi continu d'informació.
9. Aquesta comunicació pot realitzar-se entre un gran nombre de nodes (transmissores/receptors) i assolir una dimensió multidireccional. A més, pot establir-se entre usuaris o directament amb l'ordinador o servidor mitjançant sistemes interactius.
10. La informació pot ser en format textual, imatge o so, però també pot contenir programes informàtics, així com codi executable que genera fitxers de text, imatge o so localment a partir de paràmetres predeterminats o bé definits per l'usuari.

Tot i ser importants, i malgrat l'èmfasi que es fa en la informació i els nous mitjans per accedir-hi, aquest no és, possiblement, l'aspecte més rellevant que ens ofereixen les noves tecnologies. Com sabem, informació no equival a coneixement. Si el paper de l'educació fos simplement subministrar informació els professors no farien falta, amb els llibres de text n'hi hauria prou. Pel contrari, l'educació comporta, si més no, dos aspectes formatius essencials en la persona:

- a) Per un costat, el desenvolupament de les capacitats mentals que ens permeten assimilar la informació referent a cada una de les disciplines o àrees d'estudi i del món que ens envolta: estructuració del pensament, definició, conceptualització, contextualització, abstracció, interiorització, comprensió, categorització, integració i relació de conceptes i d'experiències sensorials i emotives, introspecció, impressió, interpretació, etc.
- b) Per l'altre, l'educació desenvolupa mecanismes per relacionar-se amb aquest món que l'individu va coneixent (aprenent) i apropiant-se conceptualment (aprehent): pautes de conducta, expressió, exteriorització, comunicació i socialització, aplicació i projecció de conceptes, habilitats i emocions, realització d'exercicis i activitats, experimentació, creació, etc.

Aquests dos processos poden aparèixer simultàniament en alguns actes. Per exemple, a la imitació, on la persona es familiaritza amb formes i estructures que va fent seves al temps que las projecta de la forma més simple i rudimentària: la repetició. A major capacitat d'abstracció d'una forma o concepte, menor el grau d'imitació i major el de creació.

Tant el primer aspecte d'estructuració de conceptes i desenvolupament de capacitats cognitives que permet el coneixement progressiu del que ens envolta i d'un mateix respecte al que ens envolta, i que, per simplificar, podem anomenar de *construcció*, com el segon, que té a veure amb l'expressió entesa sempre com projecció cap a l'altre o altres, i al qual podem referir-nos sintèticament com *comunicació*, constitueixen dos elements claus de l'educació musical. El primer perquè desenvolupa els conceptes, estructures i habilitats físiques i mentals necessàries, i el segon perquè la música és, sobretot, expressió i comunicació.

Tot i la superposició dels diferents nivells d'aquests dos processos a totes les edats, el de construcció conceptual és especialment important els primers anys els quals, tot i que a nivell d'iniciació musical es parla sovint de fins el set o vuit, podem estendre a tot el cicle d'escola primària. El treball d'expressió musical, tot i la necessitat d'estar present des de ben aviat, lògicament va guanyant força en la mesura que el nen va adquirint els mecanismes, conceptes i destreses instrumentals o vocals necessaris per abordar qüestions expressives i d'interpretació musical de més alt nivell.

De quina manera poden contribuir les noves tecnologies a aquests processos formatius en el camp de la música? Aquest és un camp de recerca i aplicació tecnològica important a l'actualitat, el qual introduiré a continuació.

La recerca tecnològica aplicada als ensenyaments musicals

La tecnologia aplicada a la formació i a la comunicació musicals obre un camp enorme de recerca i possibles aplicacions docents, algunes de les quals mencionarem tot seguit. Una de les característiques d'aquesta branca de recerca és la necessitat de desenvolupar les aplicacions tecnològiques en permanent contacte amb el context cap el qual aquest treball va dirigit: escoles, professors i estudiants de música. Al contrari que en altres línies de recerca, aquí no es tracta de desenvolupar tècniques o procediments genèrics, l'aplicabilitat dels quals es plantejarà a posteriori, sinó que l'objectiu o aplicació pedagògica es defineix per endavant i condiciona el desenvolupament tecnològic que persegueix una finalitat o finalitats molt concretes.

Lògicament, si el punt de partida és la finalitat pedagògica i musical, els possibles plantejaments podran variar en funció de les diferents necessitats formatives derivades del nivell i, sobretot, de l'edat per la qual es concep el treball de recerca. El problema del nivell és fàcil de solucionar ja que les aplicacions poden incorporar diferents graus d'exigència, dificultat i precisió segons la necessitat concreta que calgui adreçar. La qüestió de l'edat no es pot plantejar de la mateixa manera ja que, a més de l'aspecte de nivell de coneixements, comporta obligatòriament la necessitat de diferents aproximacions adequades a la capacitat d'abstracció pròpia de cada edat.

La finalitat formativa també varia segons l'edat. Per això, simplificant molt, menciono algunes possibles línies d'aplicació tecnològica a la música en dues categories relacionades amb els dos aspectes educatius mencionats amb anterioritat.

- I. En la primera categoria l'ensenyament musical ha d'anar molt encaminat, precisament, a desenvolupar en els nens la capacitat de fer abstracció musical, i cap al reconeixement i manipulació d'estructures rítmiques, melòdiques, tímbriques, etc. d'una manera molt intuïtiva i lligada a la veu, a l'espai que els envolta i als moviments naturals del cos en relació a aquest espai que coneixen i controlen sensorialment. La capacitat de relacionar esdeveniments musicals amb accions motrius determinades desenvolupa la identificació i coordinació entre un espai conegut i concret (el físic) i un de més abstracte (el musical o acústic).
- II. En el segon estadi l'aprenentatge mitjançant l'instrument és molt més rellevant. L'alumne ja ha assolit un certa destresa instrumental i un nivell d'abstracció musical que li permet concentrar el seu esforç en problemes interpretatius i expressius concrets. Ja disposa dels conceptes necessaris per moure's amb una certa confiança per l'espai sonor i musical, i per tant pot adreçar problemes i detalls específics sense por a perdre's conceptualment dins d'aquest espai. Aquesta categoria adreça, doncs, qüestions relacionades principalment amb la interpretació, composició i anàlisi d'obres i estructures musicals i proposa eines i mitjans diversos.

Exemples de la primera categoria: Alguns projectes recents en que s'està treballant en relació als objectius de la primera categoria es basen en la definició d'entorns o espais físics de participació múltiple que permeten identificar cada nen i controlar la seva posició, així com alguns dels seus moviments, dins d'aquest espai mitjançant sensors inalàmbrics que poden utilitzar ultrasons, radio, infrarojos o magnetisme. El sistema reconeix a cada participant, la seva ubicació en l'espai, el moviment de les mans o braços, i també pot captar les passes del nen i la força o pressió que exerceix sobre una superfície sensible.

Les dades són recollides per uns receptors que transmeten la informació a l'ordinador, i aquest gestiona les dades mitjançant software específic. El software consisteix en un entorn que mitjançant objectes gràfics pot relacionar els moviments dels nens i les dades enviades pels sensors amb una diversitat de respostes musicals. El mestre pot, d'aquesta manera, definir exercicis de diferents tipus i nivells tant individuals com per a grup. Els nens poden disparar seqüències musicals, canviar timbres, modificar el tempo, seguir o inventar ritmes i melodies, etc. L'ordinador guarda dades de l'evolució de cada nen i projecte imatges que ajuden als nens a comprendre visualment la relació entre el que fan i la resposta musical que es produeix.

Un aspecte especialment interessant és que els exercicis poden guardar-se en llibreries que poden ser distribuïdes entre mestres i escoles per la xarxa. Així es pot crear un entorn col·laboratiu de recursos, recerca, material pedagògic i experiències docents compartides, que pot permetre anar definint mica en mica nous estàndards en l'educació musical per a nens.

Alguns exemples d'entorns musicals interactius, com la CAVE¹, estan pensats per jocs i respostes visuals i sonores seguint el moviment i direcció de les mans i la mirada de l'usuari, però aquest tipus d'entorn resulta, per les seves característiques i requeriments tècnics, econòmicament inassequible per a una escola, força especialitzat i, per tant, poc versàtil, i impossible de manipular i implementar-hi noves respostes i exercicis per algú que no sigui un expert en el sistema. La CAVE és un entorn virtual i immersiu amb el qual l'usuari interactua. Esdevé un entorn atractiu i interessant de visitar per a les escoles però absolutament inviable per les seves tasques docents del dia a dia.

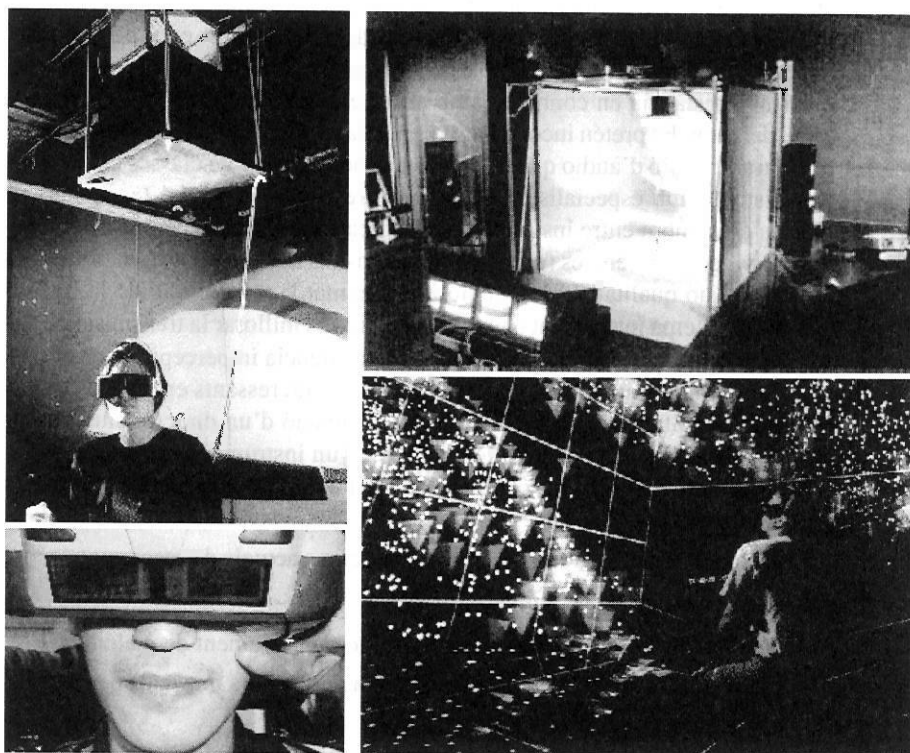


Fig. 1. *Fotografies de la CAVE*

Per aquest motiu, la recerca en sistemes econòmics i assequibles, fàcils d'interactuar-hi i pensats per adreçar necessitats docents quotidianes, ha esdevingut una línia de treball interessant i amb futur.

¹ Múltiples referències a la CAVE es poden trobar a la pàgina web de NCSA Visualization and Virtual Environments: <http://www.ncsa.uiuc.edu/Vjs/>

Altres possibilitats que s'estan estudiant inclouen el desenvolupament de joguines i objectes musicals que incorporen petits sensors interns, de forma semblant a com ho fan els robots desenvolupats per la casa Lego, i que podrien obrir noves possibilitats lúdiques i creatives per generar i manipular estructures musicals diverses en contextos escolars.

Exemples de la segona categoria: Aplicacions tecnològiques per l'estudi i pràctica de la interpretació, composició i anàlisi musicals.

1. Un sistema de transmissió sonora a distància: Les noves tecnologies s'estan introduint globalment en els centres de formació musical tant a nivell de funcionament (enregistraments, comunicació a distància, sistemes informàtics d'informació i projecció de l'activitat musical del centre, etc.) com de docència. Especialment interessant és el projecte destinat a possibilitar l'activitat docent i musical a distància en connexió amb altres escoles i conservatoris de música arreu del món. Es pretén incorporar un sistema de videoconferències optimitzat per la transmissió d'àudio que, a més de permetre gaudir de classes col·lectives i magistrals amb especialistes d'altres centres, permeti també fer assaigs de música de cambra entre instrumentistes ubicats en diferents centres. Els sistemes de videoconferències (pensats per la transmissió de veu) no han privilegiat la transmissió qualitativa de l'àudio i han primat la transmissió de la imatge. Per això, un tema interessant a nivell de recerca és millorar la transmissió d'àudio per aconseguir una qualitat màxima i una latència imperceptible en el context que hem definit. Altres aspectes de recerca interessants en aquest context són la possibilitat de dirigir, per exemple, l'atenció d'un director situat en un extrem del sistema de videoconferència cap a un instrumentista específic dins d'un grup a l'altre extrem, centrant tant la imatge com la captura del so en aquell instrumentista en concret.

2. Altres possibles aplicacions musicals i direccions actuals de recerca:

Composició i/o interpretació automàtica:

- Harmonitzadors i generadors automàtics d'acompanyament de melodies.
- Programa automàtic de composició en base a descriptors musicals per musicalitzar imatges.

Per exemple, construir una seqüència musical amb les següents característiques:

Melodia: lírica
Mode: menor
Instrument: violí
Durada: 3'20'' s.
Clímax o moment de màxima expressivitat: 2'30'' s.
Caràcter: malencònic

- Orquestrador musical (sintetitzador que distribueix timbres a partir de l'anàlisi de les veus musicals d'una partitura).
- Intèrpret que afegeix elements d'expressió musical (accelerando, ritardando,

crescendo, diminuendo, accents, etc.) a partir de l'anàlisi musical d'una partitura.

- Anàlisi automàtic d'estructures musicals: harmonia, frases, motius, reexposicions, desenvolupaments, reiteracions, seccions, etc.

Eines d'ajuda a la interpretació musical:

- Avaluador d'interpretacions musicals a partir d'un model. Fa un seguiment del tempo, la precisió en els atacs, les dinàmiques, l'entonació, el *vibrato*, etc. a partir d'un model i avalua de forma continua i visualitzable la proximitat de cada interpretació a aquest model.
- Corrector d'interpretacions instrumentals i/o vocals. Proposa i realitza correccions de les inflexions i aspectes diversos d'una interpretació un cop enregistrada (desafinacions, dinàmiques, *vibratos*, imprecisions temporals, inflexions expressives, etc.).

Alguns tipus d'aplicacions poden ser implementades per xarxa i permetre la comunicació i participació dels usuaris en projectes o propostes comunes. Per exemple, sessions d'improvisació amb teclats, percussions o altres instruments MIDI connectats a una sèrie d'ordinadors que poden estar en una mateixa o en diferents aules i, fins i tot, ubicats en diferents escoles. Per cada sessió es podrien definir grups instrumentals variats on cada nen escolliria un instrument, definit per un timbre i una tessitura determinades, per aprendre a improvisar respectant i escoltant el que fan els altres, o bé seguint la seva part en una partitura.

També es podrien fer projectes de creació musical interactiva amb múltiples participants de manera semblant al projecte que Sergi Jordà va realitzar per generar la música del Faust de la Fura dels Baus. Aquest projecte va consistir en un programa anomenat FMOL², executable des de la xarxa, on cada usuari que hi entrava podia generar seqüències noves, o bé modificar les ja existents, afegint-hi noves capes de so jugant amb una interfície gràfica que representava cordes que a l'activar-se vibraven produint diferents sons modificables amb paràmetres de control.

² Jordà, Sergi. "Faust Music On Line (FMOL): An Approach to Real-Time Collective Composition on the Internet". *Leonardo Music Journal*, Vol. 9, 1999, pp. 5-12.

inclouran descriptors musicals de diferents tipus que permetran catalogar les músiques segons la seva afinitat en diferents categories. L'usuari podrà accedir ràpidament a una música de característiques determinades, a partir d'alguns ingredients descriptius que facilitarà al cercador.

Algunes de les aplicacions de que hem parlat ressalten la importància de la comunicabilitat com a prestació enfocada a crear un entorn o espai comú o, fins i tot, de la comunicació com a objectiu principal en sí mateix. Altres estan pensades per a ús i desenvolupament individual. A l'educació escolar es sol ressaltar la importància de la comunicació dels nens en relació al seu desenvolupament i integració social.

De vegades, tant els mestres com els psicòlegs magnifiquen els conceptes de comunicabilitat i sociabilitat i cauen en diagnòstics desproporcionats que identifiquen al nen participatiu i extravertit com a saludable i normal, i al nen més reservat o introvertit com a simptomàtic d'algun problema o desequilibri afectiu, emocional o de qualsevol altre mena. No hem d'oblidar que la normalitat no és sinó una mesura estadística del comportament social i per tant, tot i que evidentment aquesta normalitat reporta beneficis a nivell d'integració en grups socials, hem de tenir en compte que el concepte de normalitat sovint ve marcat per un component més quantitatiu que no qualitatiu. Tot comportament que escapa a la normalitat no s'ha de percebre necessàriament com quelcom preocupant a corregir. Una tendència a la introspecció pot molt bé ser símptoma de riquesa i sensibilitat en la personalitat de la persona. Al fi i al cap, la integració fàcil i incondicional en grups també pot ser en ocasions simptomàtica d'una personalitat dèbil o, pel contrari, d'un excessiu afany de protagonisme o lideratge que poden no ser les conductes socials més desitjables.

Lluny d'estigmatitzar l'actitud solitària, reservada o introvertida, hem de saber valorar els aspectes qualitius tant de la comunicació com del retraïment. Aquesta idea és especialment important en l'educació musical ja que, en l'expressió artística, l'acte comunicatiu no té necessàriament valor per sí mateix, sinó que el seu valor rau precisament en allò que es comunica. L'expressió musical, tot i esdevenir comunicació, i tot i lo positiu del treball i la participació en grups, té un component d'expressió íntima i individual molt important. La persona també es desenvolupa mitjançant l'esforç individual per resoldre dubtes propis. No tot s'ha de socialitzar i compartir. La música és sempre un plaer individual i íntim, i no és bo envair aquesta intimitat del pensament que s'està formant. Tot treball de creació surt forçosament d'allò més íntim del nostre pensament i dels nostres sentiments. Si llegim biografies de creadors en qualsevol disciplina artística observarem que ben pocs entrarien dintre del que definim per normalitat, i que molts d'ells no van destacar precisament pel seu elevat grau d'integració social. Una certa capacitat d'aïllament és essencial per a desenvolupar el pensament i la personalitat pròpies. La capacitat meditativa fonamenta l'expressió i li dona força i contingut. L'autoexigència i el perfeccionisme poden estar també a l'arrel de no voler compartir les coses i els pensaments amb els demés mentre no s'està del tot convençut del seu interès i la seva vàlua.

Si menciono aquesta qüestió en relació al context que estem tractant és precisament perquè el retraïment i la incapacitat per a desenvolupar conductes socials obertes

és un tema que causa una certa alarma en relació a la nova invasió tecnològica. Els videojocs, la televisió, la navegació per Internet, poden ser excessivament absorbents i aïllar a la persona que s'hi obsessiona. Efectivament, es produeix la paradoxa de que sistemes que es defineixen com tecnologies de la comunicació poden, en ocasions, conduir-nos a l'aïllament i a una absoluta manca de comunicació i de capacitat de relacionar-nos amb els demés. Un cas comú i simptomàtic d'aquesta paradoxal relació amb les noves tecnologies de la comunicació és el de la persona que ha desenvolupat un grau tan alt de dependència del seu telèfon mòbil que li és impossible mantenir una conversa tranquil·la i relaxada amb altres persones sense que aquesta quedi constantment interrompuda per múltiples trucades innecessàries i intrascendents. És habitual escoltar telèfons mòbils que sonen en llocs i actes públics, al tren, al cinema, a les classes, etc. En aquests casos les tecnologies esdevenen, més aviat, obstacles o sistemes d'incomunicació permanent.

Tot i així, no totes les formes d'aïllament són iguals, i caldrà veure en cada cas què li reporta a la persona el seu endinsament en els mitjans tecnològics. El fet d'estar absorbt fent coses davant d'un ordinador no té perquè ser menys positiu que estar-ho davant d'un llibre, dibuixant en un paper, escoltant música o tocant un instrument. Cal veure en cada situació i context si aquest aïllament activa o, pel contrari, neutralitza la personalitat de la persona i la seva capacitat i força creativa i expressiva.

Hem vist varies i interessants aplicacions de la tecnologia a l'educació musical, però també hem de ser conscients dels problemes que aquestes tecnologies poden comportar. Aquesta consciència de tots els aspectes positius i negatius, dels límits del món tecnològic, de quan i per a quines finalitats és aconsellable l'ús de les tecnologies, del grau d'engany cognitiu i frau sensorial o virtualitat immanents a la seva pròpia dinàmica, etc., forma precisament el nucli principal de com els mestres han d'aprendre a educar per a l'ús adequat d'aquests mitjans.

El problema principal és quan les tecnologies es converteixen en succedanis d'activitats i conductes socials essencials de la persona. El perill ve donat per la doble vessant de la comoditat absoluta i l'atracció per la novetat. Avui els nens a partir dels vuit o nou anys ja fan treballs amb l'ordinador. Si abans els il·lustraven amb dibuixos fets per ells, ara inclouen gràfics baixats per Internet, ja no fan l'esforç d'escriure a mà i el corrector automàtic amaga les seves deficiències ortogràfiques. Un cop han après a fer les operacions bàsiques ja no les tornen a practicar mai més, doncs ja tenen calculadores que multipliquen i divideixen per ells, etc. Pels mestres també resulta més còmode. No han de corregir cal·ligrafies difícils d'entendre i els treballs mostren una presentació pròpia d'una publicació professional. Mentre tant, de vegades oblidem que el valor del treball no rau en el producte final, sinó en el procés, l'aprenentatge, l'experiència i l'esforç de dur-lo a terme.

Aquesta seria la visió negativa. L'altre fora pensar que amb el canvi, els nens aprenen a teclejar a l'ordinador, a navegar per Internet, a agafar i inserir gràfiques, potser a dibuixar-les, escanejar-les o editar-les ells mateixos a l'ordinador, a utilitzar el corrector, a imprimir i aconseguir acabats de qualitat. Tot això no és poc. Veiem que inevitablement es produeix una transformació en la forma i el contingut educatiu. No hi ha

cap problema sempre i quan la imaginació i la creativitat no en surtin perjudicades. Les noves tecnologies poden ser molt creatives, però també poden ser mimètiques i mecàniques. Enfocar el seu aprenentatge en la primera direcció és quelcom que està en mans dels mestres. Per fer-ho cal que aquests tinguin una aproximació també creativa a aquests mitjans. Que busquin interactius, programes, direccions, etc., perquè entre tanta informació i tantes aplicacions hi ha molt on escollir i moltes possibilitats per a la inventiva docent.

En quant a l'accés a la informació, l'enorme quantitat disponible comporta el perill de neutralitzar la capacitat selectiva i de diferenciació qualitativa. S'ha de potenciar l'esperit crític davant lo nou. Per això és necessari desenvolupar un coneixement profund dels mitjans, no només un conformisme d'usuari feliç davant la novetat (la seducció del que això pot fer davant l'interès pel què podria arribar a fer jo amb això). Cal experimentar i trobar els límits del que es té entre mans com a metodologia per arribar a conèixer el nou espai tecnològic en que cada cop més ens mourem.

En un segon pla, hem vist que les noves tecnologies permeten la comunicació i la participació per sobre de la mera informació. En un entorn escolar aquestes possibilitats són d'especial interès, ja que per les seves pròpies característiques de grup, la classe és un entorn participatiu, mentre que el treball individual es pot dur a terme en altres contextos. Tot i així, és bo que els mestres donin pautes i ensenyin a treure el màxim profit d'aquells programes o mitjans que el nen utilitza habitualment en el seu entorn privat. El treball escolar individual i els deures per fer a casa poden consistir en realitzar exercicis i pràctiques amb alguns programes fàcilment assequibles des de la xarxa.

Les noves tecnologies no han de ser un succedani del que ja existeix. Tenen el seu propi llenguatge i cal educar en aquest sentit. Hem parlat d'entorns que permeten relacionar percepcions i accions sensorials amb respostes visuals i musicals. Els desenvolupaments tecnològics permetran simular i transmetre percepcions diverses (olfactives, tàctils), però l'experimentació virtual no pot substituir la física i real. Aviat serà possible navegar per boscos virtuals en tres dimensions i percebre els olors de cada tipus de flor o planta, però de la mateixa manera que aquesta possibilitat no pot suplantar les excursions al bosc i el coneixement directe de la natura, tampoc les experiències musicals a través de la xarxa o en sistemes de percepció i resposta sensorial poden substituir les formes tradicionals de comunicació i d'interrelació directe entre persones que comparteixen el mateix espai físic i es relacionen sense mediació d'artefactes. L'experiència de participar en grups amb instruments acústics (per exemple, els instruments Orff), de cantar, ballar, fer ritmes amb les mans escoltant el so del propi cos, etc., és insubstituïble. També és important potenciar l'experiència del concert en viu que permet crear un nivell d'exigència respecte a la qualitat del so, dels seus modes de producció, i de l'acte interpretatiu en sí, que l'experiència amb so enregistrat, sons sintètics i, sobretot, la imitació d'instruments amb teclats no permeten.

La informació, la comunicació i l'experimentació ens arriba cada cop més a través dels mitjans audiovisuals. L'educació ha d'anar canviant el seu rol tradicional d'oferir coneixements concrets en direcció al seu nou paper d'ajudar a assimilar, dosificar,

seleccionar i ser crític davant del nou món tecnològic al qual cada cop més tenim accés. O dit d'una altra manera, cada cop seran menys necessaris els llibres de text i més essencial la tasca del mestre per capacitar als nens a analitzar, comprendre, racionalitzar i sintetitzar allò que tenim al nostre abast. Els nous mitjans canvien la nostre percepció del món. Ara necessitem desenvolupar una nova percepció respecte a *com* percebem, perquè la percepció del món no ens pot venir donada sinó que l'hem de generar nosaltres mateixos amb el nostre intel·lecte i amb el nostre esperit amb plena consciència d'allò que tenim al davant. L'educació en un món tecnològic ha de esdevenir molt més analítica que la tradicional perquè la nova realitat (virtual o no) és molt més complexa. Hem d'aprendre a utilitzar les tecnologies per a projectar-nos personal i socialment, i evitar convertir-nos, com a persones, en una projecció de les tecnologies sobre una societat que cada cop més defineixen. Per no anar a la deriva en un oceà tecnològic que ens ve donat i que no controlem, cal endinsar-s'hi amb convicció i començar a esbossar l'horitzó que des de la nostre perspectiva docent volem assolir. Perquè el desenvolupament tecnològic va en funció de les necessitats socials, és important agafar la iniciativa de definir i projectar les necessitats docents presents i futures i, per tant, d'influir en les noves línies de recerca que es van consolidant. Molts mestres poden no tenir massa coneixements tecnològics, però sí que tenen clares les necessitats i objectius docents que caldria assolir amb l'ajuda de noves tecnologies. Per tant, està en les seves mans ajudar a dissenyar estratègies educatives interessants i participar en la definició del futur de les tecnologies en el camp de l'ensenyament. Aquest és un compromís que és important assumir quan més aviat millor, perquè quan parlem d'un món tecnològic no parlem del futur. Ja hi som. Això és el present.

Eduard Resina

MÚSICA I IMATGE

Xavi Capellas

Compositor



La música en el cinema i la televisió és un art i un ofici que té els seus orígens en les arts escèniques: primer el teatre, i més recentment l'òpera i el ballet. Segles d'evolució són el precedent de les diferents aplicacions a l'hora de posar música a una pel·lícula, a una sèrie de televisió o a un anunci publicitari.

Però ha sigut des de l'aparició del cinema sonor –en la primera sincronització d'imatge i so a la pel·lícula “The Jazz Singer” l'any 1927– quan s'han generat i desenvolupat unes tècniques de composició, sincronització, gravació i producció abans inexistents i que avui formen part de la indústria musical.

Evolució estilística de la música en el cinema

En el cine mut la música s'interpretava en directe, amb un piano o un orgue. La música recolzava la narració i a la vegada amagava el soroll del projector. En aquella època circulaven recopilacions de partitures de música clàssica amb temes per cada tipus de situació: temes de amor, horror, còmiques, de caça, cançons de bressol, que els intèrprets anaven alternant segons l'acció corresponent.

A l'edat d'or de Hollywood, que va tenir lloc entre l'any 1930 i el 1950, els productors els agradava la música dels segle XIX y la volien a les seves pel·lícules. Per aquesta raó molts compositors europeus van emigrar als Estats Units, com Max Steiner: *King Kong*, *Gone with the wind* (*Lo que el viento se llevó*), Erich Korngold: *Les aventures de Robin Hood*; Miklós Rózsa: *Ben Hur*, i Dimitri Tiomkin: *High Noon* (*Solo ante el peligro*). Aquests compositors van satisfer les demandes dels productors i van definir el so de les pel·lícules dels anys 30. Els americans Alfred Newman: *The captain of Castille* (*El capitán de Castilla*); Bernard Herrmann: *Citizen Kane* (*Ciudadano Kane*); i David Raksin (*Laura*) són alguns dels principals compositors que van completar el panorama musical fins a 1950. Durant aquests anys alguns compositors també van començar a treballar per televisió.

Partitures orientades més cap al jazz van sorgir a la dècada dels 1950 de la mà de Alex North: *A Streetcar Named Desire* (*Un tranvía llamado deseo*) i Leith Stevens

(*The Wild One*). Va seguir aquesta tendència Henry Mancini: *Touch of Evil* (*Sed de mal*), *Breakfast at Tiffany's* (*Desayuno con diamantes*).

Els anys 60 es van caracteritzar per la introducció del pop, els instruments electrònics i ètnics. Va decaure l'ús de bandes sonores simfòniques i no va ser fins el 1975 que John Williams les va tornar a dur a primer terme a *Jaws* (*Tiburón*), seguint i actualitzant la tradició que havia instaurat Korngold als anys 30.

A partir de finals dels anys 70 s'han escrit partitures tant simfòniques com de jazz, rock i música electrònica.

La música de Vangelis a *Chariots of Fire* (*Carros de fuego*) i *Blade Runner* és un exemple de èxit en música electrònica per a cinema.

Al final dels anys 80 i al llarg dels anys 90 han destacat, d'una banda, el compositor Danny Elfman –col·laborador habitual de Tim Burton–, autor de *Batman*, *Edward Scissorhands* (*Eduardo Manostijeras*) i *Mars Attacks*, amb un nou estil orquestral degut en part a la seva formació autodidacta i d'altra banda Hans Zimmer: *The Lion King* (*El rey león*), que ha incorporat amb molta habilitat les percussions pop i ètniques dins l'àmbit orquestral i ha portat la tècnica de composició amb ordinador a nivells molt sofisticats. També destaquen a l'actualitat Elliot Goldenthal, Howard Shore, James Newton Howard i Elia Cmiral.

Les funcions de la música per imatge

La música sempre té una funció que justifica que estigui sincronitzada a una escena. Segons la classificació que fa Richard Davis al seu llibre *Complete Guide to Film Scoring*, la música pot tenir una funció física, psicològica o tècnica.

FUNCIÓ FÍSICA

Localització. La música suggereix el lloc on es desenvolupa una escena amb l'ajuda d'elements musicals i instruments autòctons, com el mizmar per el Marroc o el koto per al Japó.

Segons les intencions del director i el compositor, aquesta funció es pot fer superficialment, només afegint a la música original unes notes que recordin on està ocorrent l'acció, o es pot fer molta feina de recerca i aconseguir que la música soni autènticament autòctona.

Període temporal. La música pot definir a quina època està situada la pel·lícula. Si està situada al segle XVIII es pot descriure afegint un clavicèmbal a la orquestració. A *Ben-Hur*, situada en la època de l'imperi romà, unes fanfàrries de trompetes et situen al començament de la nostre era.

Intensificar l'acció. La música intensifica les escenes de lluites, persecucions i altres tipus d'acció i suspens. Els *sync points* accentuen moments importants de l'acció. En aquests casos la música té la mateixa intenció que la imatge, en comptes de aportar un element emocional diferent.

FUNCIÓ PSICOLÒGICA

Crear el to psicològic. Si la pel·lícula té implicacions psicològiques, la música pot ser molt important per posar a l'espectador en un estat d'ànim i reflectir l'estat emocional d'un personatge, com fa Bernard Herrmann amb James Stewart en el paper de Scottie a la pel·lícula *Vértigo*. Al començament la música subratlla el caràcter indecís e inquiet de Scottie i al final puja fins arribar al clímax quan està convençut que Madeleine ha ressuscitat.

Explicar coses que no veiem a la imatge. Una escena determinada pot tenir un to tranquil i de cop entra una música inquietant fent-te creure que un personatge que no veiem pot entrar en acció.

FUNCIÓ TÈCNICA

Crear continuïtat. La reaparició al llarg de la pel·lícula del material temàtic dels personatges, ambients sonors i l'orquestració que caracteritza un específic *score*, dóna continuïtat i coherència al so de la pel·lícula.

La música pot ajudar a suavitzar una transició de una escena a la següent quan no es vol que el canvi sigui abrupte. Per aconseguir aquest efecte es comença la música al final de una escena i la portem fins ben introduïda la següent.

Matt Groening, creador de la sèrie de animació *The Simpsons*, va demanar al compositor Alf Clausen que la música no fos típica de dibuixos animats, que segueix totes les accions, sinó que pensés que era una comèdia de situació dramàtica, i així ho va fer. El contingut dramàtic és fort i la música té un tractament adult i al marge de l'humor.

Alguns temes musicals

En la història del cinema i la televisió hi ha bandes sonores que són considerades clàssics. Generalment tenen un tema musical que defineix molt bé l'esperit de la pel·lícula o sèrie, i quan el sents alguna vegada per la ràdio o en una gravació, és fàcilment identificable.

Els intervals utilitzats tenen molta importància en els temes, i en molts casos l'ús d'intervals oberts (4a, 5a, 6a, 7a i 8a, combinats amb graus conjunts (intervals de 2a, són el secret per escriure una bona melodia.

John Williams ha compost alguns dels temes més coneguts al cinema i tenen unes característiques que crec oportú analitzar.

La melodia de la part central del tema de *Superman* és completament diatònica. Té bastants intervals justos, 4a, 5a i 8a, que marquen el caràcter heroic del personatge, alternats amb graus conjunts (intervals de 2a. La utilització d'un interval de 7a major introdueix un punt de tensió que enriqueix la tema.

Superman Tema John Williams

6ravs conjunts

6ravs conjunts

Si observem el tema de *Star Wars* (*La guerra de las galaxias*) veiem que té les mateixes característiques: intervals justos, graus conjunts i un interval de 7a

Star Wars Main Title John Williams

7a menor

7a menor

Els dos temes anteriors tenen la peculiaritat que són més fàcils de identificar que no pas de cantar. Els intervals de 7a costen més de entonar que els demés intervals i rarament els trobem en temes populars occidentals i cançons infantils.

Aquestes melodies estan recolzades per orquestracions i ritmes complexos que donen molta força a un tema melòdicament senzill.

Si observem el tema principal de *The Wizard of Oz* (*El mago de Oz*) del compositor Harold Arlen, veiem que és molt important l'ús de octava ascendent que ens dóna la sensació de amplitud i transparència que es el que ens vol transmetre la lletra: *Somewhere over the rainbow...* (*Més enllà de l'Arc de Sant Martí...*). Els punts forts de la melodia ténen progressivament intervals més pròxims, donant una sensació de intimitat i de cançó de bressol, com anomena la lletra: *...there's a place that I heard of once in a lullaby (...hi ha un lloc del que vaig sentir a parlar una vegada en una cançó de bressol).*

The Wizard of Oz *Over the Rainbow* Harold Arlen

The image displays three staves of musical notation for the main theme of 'Over the Rainbow'. The first staff shows the initial interval of a 2nd degree (2^a) and a 6th major interval (6^a MAJOR). The second staff shows a 6th minor interval (6^a MENOR) and a 3rd major interval (3^a MAJOR). The third staff shows a 3rd minor interval (3^a MENOR). The notation includes a treble clef, a key signature of one flat (B-flat), and a 4/4 time signature. The melody is written on a single staff with a long slur over the notes, indicating a continuous melodic line.

Si comparem el tema anterior amb el tema principal de *E.T., The Extra-Terrestrial*, també de John Williams, podem observar certes similituds. Els dos temes utilitzen intervals oberts al començament de les frases seguits de graus conjunts. En el tema de *E.T.*, la tercera frase comença amb una 7a menor que ens porta amb graus conjunts fins la nota mi b sobre l'acord de Ab major –agafat de la modalitat de C menor–, i la quarta frase acaba en el 7è grau de la escala sobre l'acord de tònica (Cmaj7).

E.T., The Extra-Terrestrial Theme John Williams

The image displays a musical score for the E.T. Theme by John Williams, presented in four staves of music. The score is written in treble clef with a 3/4 time signature. The melody is characterized by a steady eighth-note rhythm. The harmonic structure is defined by a sequence of chords: C, D/C, G/B, Dmi7/C, Ab/C, Ab/Eb, and CMa7. Handwritten annotations in Cyrillic script are present: "5^а" and "4^а" under the first staff; "8^а" and "6^а НАЗОР" under the second; "7^а НЕМОР" and "3^а НЕМОР" under the third; and "8^а" under the fourth. The notation includes various note values (quarter, eighth, and sixteenth notes), rests, and accidentals (sharps and flats).

El tema de televisió de *Perry Mason*, de Fred Steiner, és inconfusible gràcies al ritme en compàs de 12/8 i al patró harmònic de quatre compassos que es manté des de el principi fins el final. L'aproximació cromàtica cap a la novena en la melodia és l'altre element identificatiu de aquest clàssic de la televisió.

Perry Mason

Theme

Fred Steiner

The image shows a musical score for the Perry Mason Theme by Fred Steiner. The score is in 12/8 time and consists of three systems. Each system has a treble clef staff with a melody and a bass clef staff with a bass line. The bass line is a steady eighth-note accompaniment. The chords are Cmi, Ami7b5, Dmi7b5, and G7b9.

Formació musical del compositor

El músic que vol compondre per imatge necessita una formació musical sòlida que el permeti treballar amb rapidesa per poder complir amb les dates de lliurament amb la màxima qualitat. Quants més coneixements musicals de diferents estils, més possibilitats de satisfer les demandes de directors i productors. En l'època que vivim conviuen tots els estils de música: la clàssica, jazz, pop, rock i altres procedents de cultures d'arreu del món. De la mateixa manera que una història pot estar situada a qualsevol època i lloc, l'estètica de la música pot ser igual de variada. Et poden demanar que componguis un tema orquestral, electrònic o un tema flamenc. Quan més eclèctic sigui el compositor, més ampli serà el terreny on poder aplicar els seus coneixements. Però mentre uns poden treballar en estils molt diferents, altres compositors són requerits quan es considera que el seu estil particular és el que necessita una pel·lícula concreta.

Composició i producció musical. Pas a pas

En cinema hi ha tres grans apartats dins la producció:

- PRE-PRODUCCIÓ: - Origen de la idea
- Finançament i escriptura del guió
- PRODUCCIÓ: - Rodatge de la pel·lícula
- POST-PRODUCCIÓ: - Muntatge de la pel·lícula
- Post-producció de efectes visuals
- Producció de la banda de so: efectes de so i música, mescla del so, còpies i distribució.

El compositor pot començar a implicar-se en la pel·lícula a partir de la lectura del guió. Pot anar pensant en el caràcter que ha de tenir la música i compondre material temàtic.

En el cas dels musicals, les cançons es compondran i gravaran abans de rodar, així es tindrà el playback en el rodatge per poder sincronitzar la actuació dels actors.

En la majoria dels casos és en la postproducció de la pel·lícula quan el compositor es posa a treballar seriosament. La pel·lícula ja està muntada i es fa un visionat on hi són el director i el compositor (*spotting session*) per concretar on començarà i acabarà cada peça musical (*cue*) i quin estil tindrà la música. En aquesta reunió també assisteix el muntador musical (*music editor*) quan el pressupost destinat a la producció musical en permet tenir un. El muntador musical pren nota del que es diu en aquesta reunió i fa els (*cue sheets*) on s'especifiquen el codi de temps on comença i acaba cada *cue*, la descripció de la escena i els diàlegs per cada seqüència on s'ha decidit posar-hi música.

Aquests *cue sheets* serveixen de referència al compositor per el seu treball diari, junt amb una còpia en vídeo de la pel·lícula, que porta el codi de temps visible en la pantalla.

El compositor pot fer la seva tasca només amb paper i llapis, escrivint directament la partitura o, des de els anys 80, pot compondre a l'ordinador.

Esctiptura directe a partitura. Tenint en compte les anotacions que hi ha als *cue sheets*, es compon al piano, un altre instrument o simplement sense cap instrument i s'escriu la partitura. Si la música ha de ser interpretada per una orquestra, el compositor escriurà un *sketch*, i aquest servirà de referència perquè l'orquestrador escrigui la partitura completa.

El *sketch* consta de 4 a 8 pentagrames, on s'hi escriuen les notes musicals per famílies d'instruments en comptes de tenir un pentagrama per instrument. Per exemple: tots els instruments de corda escrits en un doble pentagrama i no un per els violins 1ers, un per els violins 2ons, un per les violes, un per els violoncels i un per els contra-baixos, que és com ho fa després l'orquestrador.

Encara que pot orquestrar el mateix compositor, la funció de l'orquestrador en cinema la fa normalment un altre persona, degut a les presses que acostumen a haver-

hi en el moment de la postproducció de la pel·lícula. Aquest sistema de col·laboració permet que una banda sonora estigui llesta en un període de temps molt inferior.

Mentre el compositor avança la seva feina escrivint els *sketchs* per cada peça musical, l'orquestrador va fent les partitures (*scores*) a partir dels *sketchs* prèviament acabats, quedant a punt per el copista, que farà les partitures individuals per cada músic a la gravació.

Composició a l'ordinador. Els avenços tecnològics des de principis del 1980 han generat una nova tècnica per compondre, actualment molt estesa.

El compositor disposa d'un ordinador amb un software que fa de seqüenciador. El seqüenciador grava les notes que el compositor toca en un teclat connectat a l'ordinador i va construint així la peça musical per la escena. El vídeo està sincronitzat a l'ordinador, i els resultats es veuen instantàniament.

Si es tracta de una banda sonora de música electrònica, amb aquest mètode s'arriba fins al final del procés, i el resultat dependrà de l'equip que disposi el compositor, doncs des de el teclat on es toquen les notes es poden controlar un gran número de samplers i sintetitzadors i aconseguir així grans resultats d'orquestració electrònica.

Si es tracta de una banda sonora acústica, utilitzar aquest mètode pot servir per fer-se una idea de com sonarà l'orquestra, doncs pots treballar amb una paleta de sons electrònics que emulen els instruments acústics que es faran servir després a la gravació, com un oboè, uns violoncels o percussió.

Els directors s'han acostumat els darrers anys a poder sentir l'orquestra abans de la gravació a través de aquestes maquetes (*mock ups*), i així poder indicar els canvis desitjats prèviament a les orquestracions definitives, doncs fer canvis davant dels músics és més difícil i el temps perdut puja les despeses de l'estudi de gravació.

Aquest sistema permet treballar a compositors amb talent i sense formació tradicional, doncs han de tocar els instruments al teclat però no han d'escriure cap nota al pentagrama. Posteriorment passen les maquetes a un orquestrador que escriu la partitura per orquestra.

La mescla de música acústica i música electrònica també és una practica comú, creant ambients sonors que no estem acostumats a sentir en música de concert.

L'estudi del compositor

Per compondre música a l'ordinador es pot fer amb uns mitjans mínims: un ordinador amb el software que fa de seqüenciador i un teclat multítímbric. Partint de aquesta base es pot anar construint un estudi que arribi a ser molt complex.

Un terme mig és el més comú, i ha de tenir:

Un vídeo estèreo: en un canal tenim els diàlegs i en l'altre el codi de temps de SMPTE, que no l'escoltem sinó que el llegeix un interfície que a la vegada l'envia a l'ordinador i així pot anar la música sincronitzada amb el video.

Ordinador i disc dur: L'ordinador pot ser un PC o un Macintosh. Amb el software adequat (seqüenciador) gravem la música que toquem des de un teclat musical en

forma de ordres MIDI i la podem manipular posteriorment: canviar el tempo, la tonalitat, esborrar qualsevol nota, etc. Els programes de software més popular de gravació de MIDI/àudio són *Logic Audio*, *Cubase* i *Digital Performer*.

Fons de so: samplers i sintetitzadors, que generen tot tipus de sons electrònics i també poden ser una orquestra virtual.

Interfície MIDI: És on es connecten tots els samplers i sintetitzadors perquè puguin «parlar» entre ells. Des de un sol teclat pots fer sonar qualsevol altre font de so de l'estudi (samplers i sintetitzadors).

Taula de mescles: És una taula que té generalment entre quatre i quaranta vuit canals on es connecten els instruments, micròfons, samplers, sintetitzadors i efectes per poder graduar volums i equalitzacions de cada canal fins tenir la «mescla» a punt.

DAT: *Digital Audio Tape*. Unes cintes digitals que són el standard professional on es grava la mescla estèreo que surt de la taula.

Disc dur per àudio: Si el software permet gravar àudio, podem afegir qualsevol instrument acústic o veu. Aquest sistema de gravació està substituint en molts estudis l'antic magnetòfon multipista analògic.

Sincronització a l'estudi de gravació

Si la música ha de ser interpretada acústicament, a l'hora de compondre s'ha tingut en compte, per propòsits de sincronització amb la imatge, si una peça determinada es gravarà amb claqueta (*click*), utilitzada sobre tot en tempos ràpids –què el director i en alguns casos també els músics senten per auriculars– o sense claqueta (*free timing*) per tempos lents.

En el cas de gravar sense claqueta, es dirigeix amb un cronòmetre analògic al davant i les anotacions a la partitura indiquen a quin temps ha de coincidir un determinat compàs, per exemple 0:16 al compàs nº 5 o 1:10 al tercer temps del compàs nº 23. És quan hi ha menys activitat rítmica, o sigui notes amb valors més grans, quan el director “estira” o “arronsa” el temps per tal de estar en el moment correcte a un determinat compàs.

Un altre tècnica de gravació sense claqueta és la següent. Una gran pantalla darrera l'orquestra projecta una seqüència i el director veu com passen els *streamers* i els *punches* que ha preparat el muntador musical. El *streamer* és una línia vertical que en dos o tres segons travessa la pantalla d'esquerra a dreta just abans d'un *sync point* (punt de sincronització). El *sync point* ve indicat per un *punch*, que normalment apareix en un canvi de pla a la seqüència. Un *punch* és un cercle blanc en mig d'un fotograma que fa un efecte de flash i indica on hem de sincronitzar la música al final d'un *streamer*. Actualment els *streamers* i els *punches* es preparen amb un software especial, però tenen el seu origen a Hollywood quan els *music editors* ratllaven la pel·lícula en diagonal al llarg de tres peus perquè a la projecció es veiés una ratlla travessant la pantalla. Per als *punches* foradaven un fotograma perquè a la projecció veiessin un flash.

Algunes experiències pròpies

Goomer, 1999, de José Luís Feito i Carlos Varela. Producció: Filmax

En aquest llargmetratge d'animació hi havia unes cançons compostes i gravades prèviament per alguns grups musicals. Els productors de la pel·lícula em van demanar que jo compongués el *score*. Quan una pel·lícula té cançons és molt habitual que aquestes s'encarreguin a artistes coneguts i la banda sonora a un músic especialitzat en música per cinema. A *Goomer* vaig utilitzar diferents estils musicals. Per exemple, hi ha una escena que és una paròdia del naixement de Superman al planeta Krypton.

A l'hora de compondre em vaig inspirar en l'estètica musical grandiloqüent de *Superman*. La serietat de la banda sonora augmentava, per contrast, la comicitat del que es veia a la imatge.

En les escenes que segueixen les peripècies del terrestre Goomer per altres planetes, em vaig basar en un trio de jazz: piano, contrabaix i bateria, que li donava el to de comèdia que necessitava el caràcter burlesc del personatge.

The Cobi Troupe, 1991, de Mariscal. Producció: COOB 92

El tema de aquesta sèrie d'animació es basa en una cèl·lula de dues notes que forma

The Cobi Troupe Sintonia Música de Xavi Capella
Lletres de Isabel Codrera

(a - ti) El mús - costama - ge - riel
(a - ti) jun - toat - mar - el - Bar - ce - le - na
(a - ti) Jor - dit - a - via - van - con - el
(a - ti) No - si - Bo - chos - en - tu - trou - pe - tam - a - hier

la paraula Cobi. Cada frase del tema comença amb la mateixa cèl·lula rítmica. Quan el

vaig compondre volia que el tema no tingués un arranjament infantil encara que anés dirigit als nens, i vaig fer-ho en ritme de rumba catalana, incloent a la orquestració guitarra flamenca, palmes gitanes i secció de vent. Es va considerar que la rumba catalana era una bona ambaixadora de Barcelona arreu del món. El tema també apareix en els episodis com punt de partida juntament amb música original adequada a l'argument de cada història.

Sota el signe de... 1998, Sèrie produïda per Televisió de Catalunya

Aquesta sèrie consta de dotze mitgmetratges corresponents als signes del zodíac, dirigits per dotze directors. L'únic element comú entre les diferents pel·lícules és que el personatge protagonista és del signe corresponent. Cada director va imposar el seu criteri artístic personal i els set directors amb els que vaig treballar em van donar pautes diferents i el resultat va ser un ventall d'estils.

Bessons, de Jesús Garay, és una comèdia. El tema de la pel·lícula apareix al començament amb un arranjament intimista que reflexa la felicitat –encara no trencada– del protagonista. Conforme es va embolicant la situació –quan el protagonista queda a sopar al mateix restaurant amb les seves tres dones a la vegada sense que elles arribin a adonar-se'n– la música es va decantant cap a una estètica semblant al Henry Mancini de les comèdies de Blake Edwards. La música amb ritme de swing i arranjaments amb bateria, contrabaix, vibràfon, piano i clarinet baix compleix la funció de comèdia cada vegada més hilarant. La música segueix el ritme de la pel·lícula: cada seqüència més ràpida i desesperada que l'anterior fins arribar al clímax final. En l'epíleg, quan el personatge és a Mèxic, aplico la tècnica abans esmentada (localització), que consisteix en situar geogràficament a l'espectador amb l'ajuda de la música. Canvio radicalment la orquestració que veníem sentint per una guitarra i trompetes mariachis.

La pel·lícula de *Capricorn*, dirigida per Toni Salgot, tracta d'un venedor de màquines d'escriure que es resisteix a vendre ordinadors. Les coses li van cada vegada pitjor i en un atac de desesperació decideix calar foc a la seva botiga. La escena clímax de la pel·lícula mostra l'incendi, mentre la música descriu la emoció que està sentint el propietari perquè estem veient l'escena des del seu punt de vista. El contrapunt entre la música molt emotiva i la imatge, que en un altre context podria tenir una música d'acció, reforça la seqüència.

Taure va ser dirigit per Pedro Costa. Em va donar via lliure per compondre el que jo creies adequat i vàrem quedar al cap de una setmana per sentir tota la música al meu estudi. És una història de intriga i necessitava un tractament des de el punt de vista del taxista que volia averiguar qui era l'autor de una violació de una noia que recull en un camí i que serà segrestada posteriorment. El tema presentat a la primera seqüència el toca un baix elèctric i et fa pensar que estem a punt de veure una història inquietant. Després hi ha un *cue* de persecució, amb percussions que posen al taxista en una situació de perill. A partir d'aquest moment, es desenvolupa el tema presentat al començament amb una funció psicològica. El protagonista està ja totalment immers en una situació complicada sense volta enrera. Només ell pot averiguar on tenen amagada la noia, i ho aconseguirà al final.

BTV (Barcelona Televisió) em va demanar al 1997 música original per les seves capçaleres. La música del logotip tenia que reflectir la realitat social de Barcelona, la seva diversitat racial. Volia que hi hagués una melodia reconeixible i que l'arranjament fos impactant i a la vegada fàcil de assimilar. En vint segons hi ha una introducció amb palmes gitanes, una melodia identificativa que toca l'harmònica, música electrònica i una veu marroquí.

Xavi Capellas

BIBLIOGRAFIA

ON THE TRACK, A Guide to Contemporary Film Scoring, (1990)

Fred Karlin / Rayburn Wright

SCHIRMER BOOKS

A Division of Macmillan, Inc.

New York, NY USA

COMPLETE GUIDE TO FILM SCORING, (1999)

The Art and Business of Writing Music for Movies and TV

Richard Davis

BERKLEE PRESS, Boston, MA, USA

SOUNDTRACK, The Music of the Movies, (1979)

MÚSICA I MITJANS DE COMUNICACIÓ: LA BODA IMPOSSIBLE

Lluís Hidalgo

Periodista



Todo es colorismo, todo son sonrisas, todo es maravilloso, tan maravilloso como ese regalo que envuelto en celofán te hacen los amigos por tu aniversario. Así de entretenida y alegre pasa la música por la televisión, ese poderoso medio que según la industria condiciona los gustos del mercado hasta el extremo de que ser anunciado en televisión se convierte para un disco en un valor en sí mismo. De ahí las etiquetas que cuando llegan las grandes campañas de Navidad significan que el disco que debe comprar el público es “un disco anunciado en televisión”, hecho que parece indicar que su calidad es por ello mucho mayor que la de esos productos que por estética, vocación o simple falta de presupuesto no pueden asomarse a esa ventana mediática de enorme capacidad de seducción. Es la tele.

Lo cierto es que las cosas no son tan maravillosas ni la televisión realiza un servicio tan destacable a la promoción y difusión de la música, una manifestación artística que mueve miles de millones, crea mitos generacionales y da lugar a una industria que incluso en países como el nuestro cuenta con un poder nada desdeñable. Porque pese a todo ello, quizás en realidad debido a todo ello, debido a que la música es desposeída de todo valor artístico para ser entendida exclusivamente como un producto masivo de consumo, como una moda que regularmente renueva sus ídolos movida sólo por el concepto de “novedad”, la música que vemos en televisión, la forma en la que la televisión trata a la música, obliga a considerar a la desesperanza como único horizonte.

En primer lugar habría que considerar que cuando la música se asoma a la televisión pocas veces lo hace entendida como una manifestación artística que como tal no sólo merece exposición, sino también reflexión. La mayor parte de los programas que tanto las televisiones públicas como las privadas dedican a la música se fundamentan en la mera pasarela promocional. Es así la televisión un enorme escaparate por el que pasean las últimas novedades del mercado, eufemismo que esconde otra realidad bien distinta: por televisión sólo se promocionan los productos de perfil más bajo, los artistas cuya formulación artística es susceptible de interesar a más público y, en definitiva,

aquellos productos que la industria ha decidido apoyar con presupuestos promocionales suficientes para sufragar su exposición en televisión.

Por definición, este tipo de productos apenas ofrecen sustancia que sea susceptible de mover a la reflexión, al entendimiento y/o explicación de los resortes artísticos que los subyacen. El único valor de los mismos suele ser:

- a) Que son nuevos, ya que en los grandes medios, al igual que en la escala de valores de nuestra sociedad de consumo, lo novedoso es bueno en sí mismo ya se trate de un nuevo coche, un nuevo desodorante o una nueva canción.
- b) Que están firmados por algún artista popular ya instalado en el Olimpo de la fama. Se da por ello por sentado que cualquier cosa que publique un famoso es en sí misma buena.
- c) Que son moda, que forman parte de alguna tendencia bendecida por el mercado y que, por lo tanto, toca su consumo. Véase el caso de la irrupción de lo latino, corriente que según parece es buena en sí misma por definición.
- d) Que han triunfado previamente en el extranjero, elemento que ya convierte al producto en bueno para nuestro mercado. Si determinada canción ha sido éxito en Inglaterra o Estados Unidos ha de serlo en España y/o Catalunya.
- e) Considerando todo lo anterior se da por sentado que nada más tiene interés que escuchar la canción, evitando situarla en una trayectoria estética, averiguando sus claves estilísticas o el contenido y significación de su letra. Las entrevistas que en estos casos se suelen realizar no van más allá de un panegírico simpático edificado entre sonrisas cómplices y respuestas de un artista que en nada difieren de las obviedades que suelta un futbolista antes o después de un partido.

La música es así desposeída de cualquier valor cultural y artístico, quedando reducida a la calidad de mero producto industrial en busca de un espacio en el mercado. Las tendencias dominantes del mismo son las que marcan pauta, de forma que ciertos productos con vocación más minoritaria tienen de por vida vetado su acceso a una televisión que sólo se interesa por los productos mayoritarios. Esta situación incluye por lo general tanto a la televisión privada como a la pública. Si bien de la primera no puede esperarse más que un funcionamiento que respete punto por punto las claves de funcionamiento de la sociedad de consumo, la televisión pública habría de motivarse con otras consideraciones más atentas a lo divulgativo y educativo, dando a sus espectadores una visión más rica y amplia de lo que la industria musical ofrece.

Por otro lado cabe destacar uno de los aspectos más negativos de la televisión como pasarela promocional de la música popular de consumo, y es convertir a ésta en algo susceptible de interesar tan sólo a los jóvenes. Los formatos utilizados en su difusión, el tipo de artistas que se asoman a la pantalla y, especialmente, el acercamiento que los presentadores/as suele realizar a los invitados viene a decir que la música pop, el pop-rock o el rock son músicas que sólo interesan a los menores de treinta años. A diferencia de otros países europeos donde el consumo de pop no es tan marcadamente generacional, España se destaca por tener un público que deja de ir a conciertos en

cuanto se casa y deja de comprar discos en cuanto tiene el primer hijo. Es bien cierto que esta característica no es exclusivamente atribuible a la televisión, y que las causas de tal situación hay que buscarlas en un conglomerado de razones, pero no es menos cierto que el griterío, algarabía y tradicional trivialidad con la que se trata la música en televisión no ayudan a interesar a un público que vive ajeno a tales comportamientos de corte histriónico.

Y si esta es la filosofía que mueve a la televisión en su acercamiento a la música popular, los formatos de exposición que escoge no son menos desasosegantes. Lejos quedan los tiempos iniciales de la televisión, que en los Estados Unidos e Inglaterra sólo contemplaban la actuación en riguroso directo de los artistas. Con el paso del tiempo y la creciente necesidad de rentabilizar las horas de producción, el playback acabó imponiendo su ley. Ahora bien, en la implantación del playback también tienen su cuota de responsabilidad los propios artistas. En términos generales, los artistas han acabado bendiciendo al playback por razones como:

- a) Comodidad. Es mucho menos trabajoso marcarse una pantomima que interpretar en directo.
- b) Desconfianza en los medios técnicos y humanos de la televisión, a quienes, no sin parte de razón, atribuyen la incapacidad de ofrecer los medios adecuados para que la sonorización sea correcta.
- c) Garantías promocionales. Por muy ajustada que sea una interpretación en directo ésta siempre mantendrá diferencias con el original grabado en disco. Dado que la promoción moderna se basa en la reiteración, cuantas más veces se reitere la difusión de un tema siempre igual más garantías habrá de que el público sea persuadido.
- d) Remuneración. La televisión entiende que la aparición de un artista en la pantalla es un arma promocional que le beneficia. Por ello considera que la remuneración está fuera de lugar y la presencia del artista siempre suele ser gratuita. De esta manera, el artista no está dispuesto a trabajar más de lo necesario, y no hay duda que la grabación de un directo da mucho más trabajo que un simple playback.

Así las cosas, la televisión se convierte en una radio con imagen, una imagen por lo general ridícula en la que se ve a un artista gesticulando y a unos instrumentistas que tocan sin estar enchufados. Esta situación circense a todas luces se ha generalizado de tal manera que a nadie sorprende. Como decía Goebels, una mentira repetida cien veces acaba convirtiéndose en verdad. Es cierto que lejos quedan los tiempos de la televisión en blanco y negro con programas como aquel Escala en HI FI en el que el playback lo realizaban actores dada la imposibilidad de contar con el intérprete real de la composición. Por fortuna España ya forma parte de los circuitos promocionales de la música popular, y todas las grandes figuras pueden acercarse a los platós de televisión para gesticular sobre el fondo de su propio disco. En eso las cosas sí que han cambiado.

Ocurre que este cambio es sólo formal, ya que por un lado la televisión promociona a los artistas que en realidad necesitan menos promoción, negándose a aquellas nuevas propuestas que emergen desde el anonimato tan sólo apoyadas por las compañías independientes. Los nuevos grandes programas, y el 7º de Caballería es el ejemplo paradigmático, fundamentan su gancho en lo que debería ser normal, el sonido directo, y en promocionar a una cuadra de artistas que figuran entre los más vendedores del país. En este sentido llueve sobre mojado.

Claro que puestos en plan posibilista hay que reconocer que al menos se ha encontrado un espacio en la parrilla de programación de Televisión Española que trata a la música como algo específico. Por lo general, los cantantes se asomaban a televisión como separadores de contenidos en magazines convencionales, y una actuación sólo servía para separar un debate sobre delincuencia juvenil y la entrevista al famoso de turno. La música era así un mero entretenimiento sobre el que no merecía la pena reflexionar o indagar en las razones que habían llevado a determinado artista a la popularidad o a componer determinada canción. Al menos el programa dirigido de manera endogámica por Miguel Bosé ha rescatado para la música un espacio propio. Cierto es que las intervenciones habladas sólo son un panegírico del artista invitado, pero al menos se ha logrado que aunque mal se hable de música.

Claro que el abanico de estilos que suelen aparecer por las pantallas de televisión no ofrecen sino una panorámica muy escueta del abanico de enfoques estilísticos de la música popular. Por un lado es la industria, verdadero motor de la exposición musical en televisión, circunscribe sus productos a las variantes más populares del pop-rock en el supuesto de que el gran público no está para experimentos. El concepto de espectáculo, de entretenimiento que sea fácilmente digerible, determina lo que se ve o no se ve en televisión. Como que la vistosidad de las propuestas ha de estar al nivel de espectáculo que se supone necesario para la pequeña pantalla, las músicas menos coloristas apenas tienen escaparate donde exhibirse.

Este sería el caso de la música electrónica, un estilo que goza de gran penetración en el mercado juvenil y que sin embargo no tiene tratamiento en la televisión. Su principal problema es que apenas resulta vistosa, ya que los artistas no *hacen* nada, no tocan ningún instrumento reconocible limitándose tan sólo a manipular unos aparatos que para el lego sólo son un montón de botones. La estética asociada al rock, al pop y en general a cualquier estilo musical, desaparece en favor de una nueva estética mucho más concisa y volátil.

Se podría entender que la televisión apartase este y otros estilos musicales digamos que menos populares de sus programas de máxima audiencia, pero lo que resulta descorazonador es que ni tan siquiera existan programas especializados o de simple divulgación para dar cabida a estas manifestaciones artísticas. Y no hablamos sólo de techno, sino también de flamenco, blues, sonidos mestizos, música étnica, jazz, canción de autor, funk y aquellas formulaciones de pop-rock que escapen de los lugares comunes. Son sólo una pequeña muestra de la cantidad de música, de músicas que no tienen espacio en la pequeña pantalla.

Dejada de lado la posibilidad de que la música aparezca en televisión en platós en los que el playback no sea la nota dominante el vídeo clip se ha erigido en otra forma de exposición. O al menos debería de serlo, ya que en realidad las programaciones de televisión no cuentan con espacios para la rotación de los clips. Aparecidos a finales de los setenta como un arma promocional más, los vídeo clips han ido ganando importancia hasta convertirse en el eje vertebral en las programaciones de los canales temáticos. Dado lo barato que resulta organizar una programación fundamentándola en clips, es decir, producciones ajenas que se reciben gratuitamente y cuya difusión está grabada con un canon no muy gravoso, la insistente emisión de clips en televisión se equipara a la radiación de singles en radio. El disc-jockey radiofónico es entonces sustituido por el llamado vídeo-jockey, no otra cosa que un presentador que va introduciendo los clips. Por supuesto que la información que suele dar no hace ningún hincapié en el realizador del clip o en su factura estética, siendo así un soporte casi ignorado por lo que toca a su análisis. Lo que sigue contando en televisión es la canción, dándose la paradoja que su soporte visual es ignorado en un medio audiovisual.

Es bien cierto que el grueso de la producción videográfica apenas tiene imaginación, ausencia que suele contrarrestada por unos presupuestos que como en el caso del cine tienden a inflar los efectos especiales o las localizaciones exteriores exóticas. En general los clips suelen presentar como argumento más cotidiano la profusión de mujeres que de una u otra manera caen rendidas ante los encantos del héroe / cantante metido a actor por cuatro minutos. Eso si, como suelen comentar los realizadores españoles de vídeos, se logra convencer al cantante de que haga algo más que tocar la guitarra, única conducta que le tranquiliza ante una cámara. Hacer que los grupos y artistas españoles actúen resulta una tarea titánica.

En realidad lograrlo tampoco sirve de mucho, ya que como se ha comentado antes las televisiones generalistas no tienen espacios para difundir los clips. Como mucho suelen aparecer en programas musicales ilustrando en breves fragmentos la marcha de las listas de ventas, vademécun de los programas juveniles. Es por ello que resulta admirable el tesón con el que la industria videográfica española continúa facturando un producto que apenas tiene ventanas para exhibirse, caso ya directamente calificable como heroico en el caso de las producciones catalanas, vascas o gallegas, limitadas a su propio mercado.

En esta situación la publicidad se perfila como el único hueco por el que se pueden colar en televisión los productos de corte más modesto o alternativo. En este sentido es de destacar el trabajo de la compañía independiente Subterfuge, que ha sabido lanzar a varios de sus grupos colocando sus canciones en campañas publicitarias. El caso más significativo fue el de Undrop con la campaña de Pepsi Cola, que puso al grupo en boca de todo el mercado. De hecho, los creativos publicitarios están utilizando cada vez más la música para apoyar sus comerciales, en muchos casos identificados por el público gracias a una canción. Es curioso comprobar cómo una marca de telefonía móvil ha hecho más por Marvin Gaye y por su «Ain't no mountain high» que cualquier programa musical de televisión, de la misma manera que el Renault Clio ya está relacionado con James Brown y su célebre GEREP.

Es curioso además que la música de anuncios de televisión se ha convertido en otra fuente de ingresos para las discográficas, que regularmente editan recopilatorios con las piezas más populares que la publicidad convierte en casi éxitos. Es uno de los escasos favores que la televisión hace a la música.

El mundo de la radio no es sustancialmente mejor. Es más, considerando que la radio es el sistema de promoción por excelencia de la música, cabría decir que su papel es incluso más nefasto que el de la propia televisión. En el fondo lo peor del caso es que la radio, que prolifera en cantidad de emisoras, tiene en España un solo modelo, el modelo patentado por la Cadena Ser por medio de los 40 Principales. Este modelo se fundamenta en la rotación ininterrumpida de las canciones que son reconocidas como «objetivos» por las compañías discográficas. Es lo que se ha venido en llamar radiofórmula, un sistema de programación que impone una serie de restricciones estéticas. Estas son alguna de ellas:

- a) La duración de las piezas no puede ir más allá de los 3 ó 4 minutos de manera que en una hora de programación quepan el mayor número de canciones.
- b) El registro estilístico se cierra entorno al pop-rock, quedando excluidos otros tipos de estilos.
- c) Las canciones no se escuchan enteras dado que los locutores están obligados a «pisarlas» en sus presentaciones, que por otra parte han de «cuadrar» (se entiende por cuadrar acabar la presentación cuando entra la voz del tema o bien su línea melódica reconocible)
- d) Se establece que la reiteración es la base promocional
- e) La emisora se erige en juez que determina cuales son las canciones que han de sonar, quitando esta iniciativa a la propia discográfica.

Este modelo ha acabado imponiéndose en toda la radiodifusión española, que lejos de buscar modelos alternativos se ha dejado seducir por el modelo hegemónico. Este hecho a implicado a todo tipo de emisoras, desde las municipales a las grandes cadenas que pretenden oponer resistencia al dominio de la SER, que desde su posición de poder controla la práctica totalidad de la industria musical española. La progresiva eliminación de los programas especializados, de los espacios que se dediquen a otras músicas han marcado la pauta de la radio española en los últimos años. A este fenómeno sólo se ha resistido, parcialmente, Radio 3, todo y que su papel de dinamizadora de la escena underground se ha debilitado muy considerablemente.

Así las cosas el panorama no puede ser más desalentador. Exceptuando los productos con vocación mayoritaria, la música apenas tiene espacios a través de los cuales promocionarse. Si bien es cierto que no se puede pedir a los medios generalistas que hagan esfuerzos programando músicas digamos que de riesgo, no es menos cierto que la inexistencia en España de medios alternativos (existentes en otros países) ayudan a moldear un único gusto muy estandarizado y escasamente riguroso. Los radioyentes espolidos por la curiosidad apenas tienen rincones en los que escuchar aquello que la gran industria no propone. En este sentido los grandes artistas pueden descansar tranquilos, la radio sólo trabaja para ellos.

El papel de la prensa escrita está marcado por algo más de rigor, aunque su papel está muy mediatizado por el trabajo que realizan radio y televisión. Aún con todo, España cuenta con una serie de revistas especializadas que como Rock de Lux, Ruta 66 o Rock Sound tienen un enfoque crítico y reflexivo sobre la actualidad. En cualquier caso las tiradas de estas publicaciones no son muy significativas, entre otras cosas porque en España no hay tradición de leer prensa musical. Bien, en realidad sí que se lee, pero sólo la prensa orientada hacia el fenómeno de fans y por ello destinada a bandas como New Kids On The Block y grupos similares.

El panorama que sí se está moviendo mucho es el de la prensa musical gratuita. La aparición de cabeceras como Mondo Sonoro o AB está dinamizando este panorama. La orientación de estas publicaciones es fundamentalmente informativa, y dado que tienen una línea editorial bastante independiente no sólo vive de los lanzamientos de la industria. Al margen de estas publicaciones también han surgido otras de carácter más específico como Self, destinada al panorama de las músicas electrónicas.

Ahora bien, el gran problema que están planteando estas publicaciones es que dado que sus colaboradores suelen trabajar sin apenas remuneración la figura profesional del periodista musical no está asentada desde un punto profesional. De hecho esta situación está agravada por el hecho de que en España este trabajo apenas tiene tradición. Así como los periodistas especializados en otras ramas informativas cuentan con un estatus profesional más o menos asentado, el periodista musical siempre ha de arrastrar la imagen de ser una persona que más que trabajar tiene la gran suerte de recibir discos gratis, no pagar en los conciertos e incluso beber gratis.

Esta imagen también alcanza a los periodistas que trabajan en los diarios encargándose de cubrir la actualidad musical. Aún con todo, la prensa musical escrita juega un papel que vendría marcado por la equiparación entre crítica, reflexión e información, tríada de funciones que no recogen ni radio ni televisión, mucho más dadas a la mera exposición.

En conjunto, y tras esta somera y apresurada revisión del papel que juega la música en los medios de comunicación de nuestro país cabría destacar:

- a) Los medios funcionan como correa de transmisión de la industria, plegándose en muchos casos a sus dictámenes.
- b) Existe una carencia casi absoluta de medios paralelos que puedan conformar un gusto que no esté en sintonía con las grandes líneas del mercado
- c) En consecuencia, los artistas tienen unos canales de difusión bastante restrictivos, y sólo su adaptación a los gustos mayoritarios les puede ofrecer ventanas promocionales.
- d) Si hay algo que los medios no incentivan es la curiosidad del público, al que someten a un masaje redundante orientado hacia el consumo acrítico. Tener criterio parece vedado.
- e) Dado que nuestro país es un recién llegado a la cultura del pop-rock los trabajos asociados a la misma desde el punto de vista de los medios no cuentan con la consideración de tales por parte de la sociedad.

- f) Considerando que el pop se sigue considerando una música sólo para jóvenes se entiende que sólo los más jóvenes pueden ocuparse profesionalmente de su cobertura informativa

Lluís Hidalgo

TAULES RODONES



COM ESCOLTEN MÚSICA ELS NENS?

Moderador: Ignasi Barjau

Reporter

Participants: Oriol Vallvé, Francesc Busquets, Carles Navarro,
Judith Muñoz, Marc Dalmases



ORIOI VALLVÉ

Muntador musical del Club Super 3 TV3



La música i la televisió

La música és un extraordinari mitjà per ser associat a la imatge (cinema, vídeo, televisió, etc.), perquè presenta diversos atributs que accentuen l'apreciació de l'obra per part de l'espectador, i l'ajuda a identificar-se amb la trama exposada perquè és un excel·lent vehicle per aconseguir un clima adequat.

Sovint, quan es parla de cinema i televisió es deixa de banda el tema del so, o bé se li atribueix un paper secundari en els mitjans audiovisuals.

Hem de tenir en compte que les pel·lícules, la televisió i els mitjans audiovisuals en general, no es dirigeixen només a la vista. Normalment diem “*veure*” una pel·lícula, o un programa de televisió, ignorant així les modificacions introduïdes per la banda sonora. “*Audio-veure*” un espectacle audiovisual vindria a ser en definitiva veure les imatges i escoltar els sons, tenint cada percepció en el seu lloc.

En la combinació audiovisual una percepció influeix a l'altre i la transforma: no es “*veu*” el mateix quan s'escolta; no “*s'escolta*” el mateix quan es veu.

La música, en els mitjans audiovisuals és un valor afegit a la imatge, ja que és una manifestació artística que ens comunica alguna cosa amb llenguatge sonor: *estats d'ànim, velocitats, situacions geogràfiques, climes, decorats*, etc. Fins i tot, quan el que ens suggereix és “*res*”, aquest “*res*” pot servir per ambientar algunes imatges.

En la utilització de la música associada a la imatge, és molt important tenir en compte com ens afecta emocionalment quan escoltem un fragment musical. La tristesa, la malenconia, l'alegria, l'humor, la por, la passió... són sentiments humans que la música pot expressar a través de la melodia, el ritme, l'harmonia, el timbre i la forma. La música també ens pot suggerir imatges mentals. Un paisatge bucòlic, el vent, la pluja, els trons, la nit... i molts altres elements naturals poden ser representats per sons i combinacions musicals. També una màquina, un animal, un robot o qualsevol cosa pot ser imitada per una música.

Quines músiques sonen a la televisió?

- Les sintonies (actuen com a identificatius sonsors dels programes).
- Músiques de fons dels programes (podríem dir que són el seu “decorat sonor”).

- Vídeoclips musicals.
- Bandes sonores de les pel·lícules i telefilms.
- Música dels anuncis
- I altres.

Si pareu atenció en l'emissió de programes de televisió veureu, més ben dit sentireu, que gairebé tota la programació porta música, fins i tot la carta d'ajust. Això ens permet ser molt diversos i donar a conèixer molts estils diferents, altres cultures i també promoure la nostra.

Oriol Vallvé

FRANCESC BUSQUETS

Autor de programari educatiu: Música, Clic

Programa d'Informàtica Educativa



Música, joves i Internet: de l'àtom al bit, del disc a la mediateca global

L'accelerada evolució de les tecnologies de la informació i la comunicació ens porten a un món on les fronteres culturals tendeixen a esvair-se i tot és a prop. Aquesta tecnologia és una eina de doble tall: per una banda afavoreix la globalització i la uniformització, però també esdevé un mitjà que permet la màxima diversitat i llibertat en la creació i difusió de qualsevol tipus d'expressió cultural.

Els principals consumidors de música són, des de fa ja moltes dècades, els joves dels països econòmicament desenvolupats. I aquests joves són majoritàriament usuaris d'Internet.

Encara avui les modes musicals es dissenyen als despatxos de les grans multinacionals del disc i s'escampen per tot el planeta amb intensives campanyes publicitàries, però alguna cosa està començant a canviar gràcies a un dels fenòmens que està provocant més controvèrsia a Internet: la codificació MP3. Es tracta d'un algorisme matemàtic que permet comprimir en molt poc espai els enregistraments sonors, facilitant la seva transmissió en segons a qualsevol punt del planeta. En aquest format qualsevol nova producció musical es pot escampar per Internet poques hores després de la seva presentació en públic. La indústria discogràfica intenta frenar aquest fenomen perseguint els servidors que allotgen còpies il·legals dels seus productes, però sembla que és una guerra perduda: programes com el *Napster*, que han permès als usuaris crear una xarxa virtual totalment descentralitzada i incontrolable, fan que els enregistraments MP3 s'escampin d'ordinador a ordinador sense que ningú els pugui aturar. Això es combina amb la popularització de dispositius com els enregistradors de CD i els *walkmans* reproductors MP3, que permeten endur-te a la butxaca centenars d'hores de música fresca pescada de franc a Internet.

Sempre ha existit un mercat «pirata» d'enregistraments musicals, ja des de l'època dels discs de vinil i les cintes de casset, més o menys controlat o tolerat per les multinacionals del disc. Però l'ingredient revolucionari de l'MP3, el *Napster* i els reproduc-

tors personals és que permeten la difusió d'usuari a usuari, sense intermediaris i amb un esforç mínim.

El fenomen MP3 (i el que vingui darrera seu) provoca un canvi de panorama que obligarà la indústria a una profunda reestructuració dels mecanismes de producció i comercialització de la música. Es fa difícil preveure cap a on evolucionarà tot plegat, però sembla clar que el mecanisme de cobrament dels drets d'autor a partir del nombre de còpies venudes té els dies comptats.

Aquestes són algunes de les conseqüències que podria provocar aquest canvi en la manera de consumir música:

- Democratització en la producció i difusió dels productes musicals. Qualsevol petita empresa productora té potencialment les mateixes possibilitats que les grans companyies d'arribar a milions de persones.
- Fusió accentuada d'estils musicals, en un intent d'oferir productes que agradin al màxim nombre d'oients.
- Llibertat en l'accés a qualsevol tipus de producció cultural. La xarxa permetrà als usuaris escollir al seu gust entre la varietat més absoluta de propostes musicals.
- Transformació de la indústria discogràfica i els actuals canals de distribució. Es deixaran de vendre àtoms (discs) per passar a distribuir bits (informació en estat pur), que poden arribar en molt poc temps a qualsevol punt del planeta. El valor econòmic de la música no estarà en el cost del seu suport físic sinó en el nombre de persones interessades a escoltar-la.
- Augment de la quantitat i varietat de música escoltada, especialment entre el públic jove.
- Revalorització de la música en directe i de l'interès pels estudis musicals. Potser és una tesi molt optimista, però crec que Internet pot potenciar en els joves l'acostament a una major diversitat de músiques i el desig d'expressar-se musicalment. A més música escoltada més interès per entendre-la i més ganes de fer música, de participar activament en el fet musical.

Francesc Busquets

CARLES NAVARRO

Organitzador Supermúsics

Autor de la Web Instruments musicals



Des d'una perspectiva general, perdó, volia dir: globalitzadora, resulta evident la relació entre la indústria musical (discogràfica, espectacles, mitjans...) i els hàbits a l'hora d'escoltar música. Així, frases i melodies com la de la Macarena o moltes d'altres, vulguem o no, ens resulten tant familiars que, fins i tot, les podríem cantar. Si transposem això mateix al món infantil, excepció feta de les cançons tradicionals, fàcilment ens podem trobar amb un repertori molt reduït, quan no inexistent. I, és que, l'àmbit infantil, musicalment parlant, té la particularitat de ser l'únic en el qual la indústria no s'adreça directament als destinataris finals, és a dir als nens i nenes, sinó als adults que som els qui comprem els discos i en la majoria dels casos els discos es fan a la mida de qui els compra.

Si donem un cop d'ull al prestatge de música infantil de qualsevol botiga de discos podem trobar:

- D'una banda els llançaments mediàtics: Disneys, Pokemons, no sé si aquests darrers canten però, tard o d'hora, probablement acabaran fent-ho, etc. Productes normalment ben fets però amb uns plantejaments de gran consum i en general amb una vocació més d'adult que no pas infantil (estrelles del pop,...).
- Nombroses versions de cançons tradicionals o populars. Cançons que d'una banda és important conèixer, i que d'altra presenten l'avantatge de ser cançons prou conegudes dels adults, i amb això segon, gran part de l'èxit el tenen assegurat.
- Les novetats, de fet no tant novedoses, ja que en la majoria dels casos consisteixen en versions de temes de fa 20 anys o bé en tota mena de refregits.
- Un petit espai amb produccions de caire més artesà, fetes en moltes ocasions amb més ganes que recursos i que constitueixen una de les ofertes de vegades més interessants des del punt de vista estrictament infantil doncs acostumen a estar fetes pensant realment en els seus autèntics destinataris.

Així, mentre en música destinada als adults tenim fàcil accés a qualsevol estil,

formació, artista, i de qualsevol racó del món, gràcies a l'àmplia oferta que la indústria posa al nostre abast, en música infantil uns dels referents més a mà continuen essent "Pere i el llop" una magnífica obra estrenada l'any 1933 i el Carnaval dels animals, una no menys suggestiva obra de l'any 1886. Semblaria que no existissin més obres en aquesta línia i sí, existir, existeixen, potser no tantes com fora desitjable però, en moltes ocasions aquestes obres no han arribat a sortir d'un reduït àmbit local o bé ni tan sols s'han arribat a posar a disposició del públic ja que probablement haguessin passat desapercebudes per tractar-se d'obres desconegudes dels adults.

Afortunadament aquesta situació amb el temps tendeix a canviar gràcies al renovat interès que darrerament adquireix la música pels seus inqüestionables valors formatius. Però no és només des de l'àmbit educatiu, com ja s'ha començat a fer, que cal oferir nous horitzons i propostes, sinó també i molt principalment, des de l'entorn familiar. De no ser així, correm el risc que d'aquí 20 o 30 anys els únics referents continuïn essent Pere i el llop i el Carnaval dels animals, repeteixo, dues obres inqüestionables, amb alguna esporàdica versió, per exemple, de la Macarena: "...*Dóna-li al teu cos alegria Montserrateta...*"

Carles Navarro

JUDITH MUÑOZ

Redactora de la Revista dels Supers



La revista dels Supers i la música infantil

Una revista no s'escolta, es llegeix. Així doncs, el tractament que un mitjà escrit pot fer de l'univers musical infantil es oferir informació sobre les novetats discogràfiques i els grups i solistes de moda.

El Públic de la Revista dels Súpers

La Revista dels Súpers té un públic molt ampli, que va des de els 6 fins els 14 anys, malgrat que el grup més nombrós va dels 8/9 als 12. Aquesta espectre engloba nens i preadolescents, per la qual cosa estem davant de dos grups molt diferenciats, entre d'altres coses, perquè uns no tenen hàbit de lectura i els altres sí. Aquesta característica fa que qualsevol mitjà escrit infantil faci un esforç especial en el tractament visual, és a dir, fotos grans i de qualitat perquè els nens que fullegen sense llegir trobin informació gràfica interessant. Tant per els que els hi costa llegir, com pels que no tenen un hàbit ferm, l'estructura dels textos està atomitzada en petits paràgrafs de frases curtes i simples.

El paper, després de les ones

Els principals mitjans de comunicació musical pel nen són la televisió i la ràdio. No cal que siguin programes específicament musicals, sinó que tinguin un espai dedicat o una sintonia enganxosa. Quan la cançó s'ha fet popular, els nens (al igual que els adults) demanen informació sobre el grup o el solista autor. Llavors entra en joc La Revista del Súpers.

Mitjançant la convocatòria de concursos i sorteigs tenim un canal de interacció amb els lectors, ja que els hi demanem "diga'ns quin són els teus grups musicals favorits?". De les cartes rebudes, en surt un Top Ten dels grups que més els interessen.

Amb prop de tres anys d'història al quiosc, la nostra revista ha constatat que els nens ens demanen informació sobre grups que podrien estar considerats com adults. Formacions com Els Pets lideren els gustos dels més petits, seguits de bandes per "teenagers" com Backstreet Boys; però també hi ha molts que demanen Santana, Metallica o Rage Against de Machine. Les seves peticions van paral·leles a un moment de

protagonisme especial d'un grup, un gran èxit sonant a la ràdio o una gira de pas per Espanya. Aquesta dada, constata que els més petits de la casa estan al corrent de l'actualitat musical i que, cada cop més, tenen uns gustos molts similars als dels adults.

Música aspiracional

Estudis de mercat encarregats per la nostra publicació han deixat en evidència un caràcter aspiracional en els gustos dels nens. Els més petits, malgrat gaudeixen amb cançons infantils tradicionals, demanen informació de grups dels seus germans grans i a la seva carta als reis hi ha productes tan comercials com Britney Spears. El mercat discogràfic reflecteix aquesta realitat i ofereix al públic infantil grups amb una imatge adulta com Aqua o Christina Aguilera, que malgrat ser adolescent vesteix com una sexsymbol.

Quin tipus d'informació musical demanen els lectors

Quan un nen escull un cantant com el seu favorit, literalment devora tot tipus d'informació sobre ell. Si es saben la plantilla del Barça de memòria, coneixen fins l'horòscop del cantant dels Backstreet Boys que els hi agrada.

Reportatges, entrevistes, biografies i curiositats són els articles més usuals. La seva "fam" de dades fa que vulguin saber fins i tot quin es el plat preferit de Britney Spears. Els articles tipus "fitxa" els hi apassionen: són fàcils de llegir i aporten molta informació, potser frívola, però interessant. També demanen fotos signades i pòsters, ja que són molt exigents en la informació gràfica.

La Revista dels Súpers inclou periòdicament una secció que tradueix al català la lletra de cançons famoses. Aquesta secció ha tingut molt d'èxit entre professors de música i d'anglès, que ens han demanat números antics per incloure a les seves classes.

L'apartat de concursos tenen gran èxit quan es tracta de sorteigs de discos, fotos i tot tipus de merchandising relacionat amb l'artista. Encara en arriben cartes demanant els clauers de Britney Spears que vam sortejar a l'abril.

Judith Muñoz

MARC DALMASES

Música especialitzat en videojocs i Cdroms



Quin és el so dels ordinadors?

Si a qualsevol de nosaltres ens demanen que ens disfressem d'ordinador i provem d'imitar la seva "veu" segurament emetrem sons com ara "bip, bip", "mec, mec", "uiiif, uiiiif". De fet, no anirem massa mal encaminats, doncs fins fa mol poc temps aquests eren els únics sons que les màquines programables eren capaces d'emetre. Els primers ordinadors sonors duïen un petit sintetitzador intern, fet a base d'oscil·ladors, que permetia programar una successió de notes musicals de timbre típicament electrònic. Aquestes melodies podien ser comparables a l'inexpressiu "Para Elisa" que ens interpreten algunes centraletes telefòniques mentre esperem que ens passin una trucada.

Per sort, els ordinadors han canviat molt i en pocs anys s'han convertit en potents eines multimèdia suportant tota mena de formats audiovisuals. Aquest canvi ha estat possible quan els ordinadors han tingut la potència suficient per a poder processar senyals digitalitzats d'àudio i de vídeo. La diferència és la següent. Per exemple, i tornant al "Para Elisa" a què fèiem referència, fins fa poc l'ordinador només era capaç d'ordenar a un sintetitzador que generés la melodia electrònica. Ara, en canvi, podem agafar el millor enregistrament, introduir-lo dins de l'ordinador, i reproduir-lo amb la mateixa precisió que ho faria el millor dels equips d'alta fidelitat. Per tant, actualment, ja no podem dir que la música que reproduceix un ordinador ha de ser per definició freda i inexpressiva.

El so i la música en un producte multimèdia infantil

Actualment, el procés de sonorització d'un producte multimèdia és el mateix que l'utilitzat en els formats clàssics de reproducció audiovisual vídeo i cinema. Així, per exemple, la banda de so d'un producte d'animació infantil constarà d'unes veus posades per actors de doblatge, d'un soundtrack amb ambients sonors i efectes de so i d'una banda sonora.

A l'hora de crear una banda sonora haurem de tenir en compte tots els conceptes d'ambientació musical necessaris comptant que la música ha d'estar al servei d'un producte audiovisual. La música, en aquest cas, tindrà la funció d'ambientar cadascu-

na de les situacions del desenvolupament del fil argumental de la història, descrivint tota la gamma de sensacions emotives de cada context al qual donarà suport: moments d'intriga, de tensió, romàntics, emotius, etc. La música també tindrà la funció de situar la història en el temps i en l'espai, de manera que la banda sonora haurà d'estar d'acord amb l'època històrica i en el lloc on es desenvolupa la acció.

En el cas d'un producte de dibuix animat fantàstic, la llibertat de creació és molt més gran ja que els personatges i el lloc poden ser absolutament imaginaris i en aquest sentit no condicionen la música a un espai o temps determinat.

Fins aquí no veiem cap diferència amb els formats clàssics. L'ordinador, però, ens ofereix una possibilitat que caracteritza els seus productes multimèdia: la interactivitat. Mitjançant els perifèrics d'entrada i sortida podem aconseguir que la comunicació entre l'ordinador i l'usuari sigui bidireccional de manera que aquest últim haurà de prendre decisions per a triar el desenvolupament de l'acció o senzillament podrà jugar amb l'ordinador. Aquesta interactivitat condicionarà l'elaboració del soundtrack en el sentit que aquest deixarà de ser lineal i l'haurèm de segmentar en els diferents fragments en els quals volem que l'usuari pugui accedir-hi aleatòriament.

Quina és la música que volem que escoltin els nostres nois i noies?

Els nois i noies són els grans consumidors de productes multimèdia. Un paquet molt important d'aquests productes el formen jocs amb un alt contingut de violència on l'objectiu del joc és matar tot allò que belluga. Les músiques d'aquests jocs, com és lògic, estan estretament lligades a la finalitat del joc i són, en la majoria dels casos, extremadament agressives.

Per sort no tots els productes són així. Alguns creadors de productes multimèdia infantils aposten per a realitzar projectes amb objectius educatius. En aquests productes la música té un paper important. Sota l'objectiu evident d'acompanyar una història, s'amaguen altres objectius que ens permeten que els nois i noies puguin aprendre a través del joc.

A Barcelona Multimèdia, amb els Otijsocs oferim una proposta de jocs educatius on, a través dels dibuixos d'en Picanyol, volem usar els jocs d'ordinador com a vehicle d'aprenentatge i coneixement. Durant el procés de definició del producte, ens vàrem proposar una sèrie d'objectius referents a la banda sonora de les pel·lícules de dibuixos animats entre els quals destaquem:

- Acostumar els nois i noies a escoltar músiques amb una estructura formal i harmònica coherent, amb melodies i acompanyaments senzills i adaptats a la seva edat.
- Apropar els nois i noies a estils musicals d'arreu del món i de diferents èpoques històriques.
- Intentar, a partir de melodies senzilles, acostumar l'oïda dels nois i noies a tot tipus d'escales musicals, inclosos tots els modes utilitzats en música moderna que enriqueixen les escales clàssiques tradicionals.
- Acostumar els nois i noies a escoltar músiques amb tot tipus d'instruments:

instruments simfònics clàssics, instruments ètnics, percussions, instruments electrònics...

- Evitar utilitzar músiques estridents o agressives comparables a les dels jocs de violència.

Els jocs musicals:

La possibilitat de treballar amb una eina interactiva ens permet crear jocs musicals amb els que podem jugar amb la música i aprendre de forma intuïtiva. Els jocs musicals tenen per denominador comú que cal escoltar amb atenció sons, melodies o ritmes per tal de poder-los resoldre. Alguns dels jocs musicals que hem proposat són els següents:

- Joc del xilofon. Amb aquest joc es pretén que el jugador escolti una melodia i que sigui capaç de reproduir-la sobre un teclat o xilofon. Sense necessitat de saber el nom de les notes, aprendrà a relacionar els intervals musicals amb la distància entre les tecles. Al començar el joc s'indica al jugador quina és la tecla que iniciarà la melodia.
- Joc de les llaunes: Unes llaunes cantaires ens interpreten cadascuna d'elles una nota musical. El jugador ha de saber ordenar sons de més agut a més greu.
- El ritme dels extraterrestres: Uns extraterrestres percussionistes ens interpreten una sèrie de patrons rítmics. El jugador ha de saber reproduir el ritme clicant el ratolí mantenint la pulsació original.
- Jocs de reconeixement d'instruments. Aquests jocs ens demanen que relacionem el so d'un instrument amb el seu dibuix.
- Joc d'ordenar melodies: Aquest joc proposa un trencaclosques on cal reordenar uns fragments desordenats de cançons.

Com veieu l'ordinador ens permet aprendre a estimar i entendre la música d'una manera diferent, molt intuïtiva, lúdica i sense exigir aquell esforç que sovint costa tant de demanar als nois i noies.

Marc Dalmases

MÚSICA DE CONSUM O CONSUM DE LA MÚSICA?

Moderador: Juanjo Zambrano

Director Musical de Ràdio Ciutat de Badalona

Participants: Marc Mateu, Santi Carrillo, Carles Gilibets, Josep Lluís Penadès



MARC MATEU

Periodista de la revista digital postpop.com



L'hora d'Internet

1- La informació musical a Internet

Abans d'Internet, la informació musical que li arribava al consumidor convencional era molt limitada:

- Pocs programes musicals a la Televisió i en horaris poc agraïts.
- Fórmules molt conservadores a la Ràdio, la majoria de les quals estan al servei dels interessos de determinades discogràfiques.
- Informació musical molt selectiva a la premsa convencional. El consum de premsa especialitzada (de pagament) ja indica que el consumidor té un interès especial en determinat estil musical.

És clar que el boca-orella funciona, que la premsa especialitzada també i que, qui vol informar-se o trobar determinada referència discogràfica l'acabarà trobant, però també és clar que amb el desembarcament massiu d'Internet a Europa el panorama canvia:

- La música és el contingut més buscat a la xarxa després del sexe.
- La majoria de publicacions de paper i mitjans convencionals tenen la seva versió electrònica (i gratuïta) a Internet(1). No cal dir que, prescindint de tota la maquinària industrial de les revistes i diaris convencionals, s'han creat centenars de noves publicacions musicals(2).
- Al presentar la informació com a part d'una gran base de dades(3), aquestes publicacions fan molt fàcil que el consumidor trobi el que busca cercant en camps com l'artista, l'estil musical o el títol d'un determinat disc.
- A més, aprofitant aquestes possibilitats interactives, a Internet existeixen webs que robotitzen i ordenen el contingut d'altres webs: Per exemple, un robot de titulars de publicacions musicals(4) que ens pot redirreccionar cap al contingut de més de 25 o 30 revistes i diaris. Això és impensable al quiosc del costat de casa, on com a molt podrem mirar breument les portades per decidir-nos finalment per una sola revista.

- La revista de música a Internet deixa de ser un suport passiu per convertir-se en alguns casos en el que s'anomena «Portal», un centre de serveis que van des de la informació pura i dura (notícies i reportatges) fins a la cerca i directori d'artistes i altres continguts, i la preescolta i venda electrònica de música (tant en format digital com de CD's per correu) i merchandising(5).
- Crear un portal dinàmic d'aquestes característiques no és barat, però la interacció que es pot crear amb el consumidor és molt més gran que la que té un mitjà convencional.

2- El consum de música a Internet

Insistim: la música és el contingut més buscat a Internet després del sexe. La rapidesa dels avenços tecnològics en el camp de la compressió, reproducció i distribució de fitxers d'àudio amb qualitat semblant a la dels discos compactes ha superat les expectatives de les grans multinacionals discogràfiques. Aquestes es posen les mans al cap davant del gran volum de música il·legal que els consumidors poden descarregar a la xarxa (i trobar amb facilitat amb els cercadors i metacercadors disponibles).

El caos legal és gran, però en aquests moments beneficiós pel consumidor, que té moltes facilitats per trobar el que busca sense gastar-se ni un duro (bé, les hores de connexió telefònica...). Una bonica revenja pels que estem farts de pagar preus abusius pels CD's.....

MP3, la paraula clau

MP3 és la paraula més buscada a Internet. MP3 és un format de compressió d'àudio que permet oferir música de qualitat similar a la dels CD's però en uns fitxers que tenen un pes raonable (Entre 3 i 5 Mb per cada cançó). Això fa que sigui fàcil i relativament ràpid descarregar-los i reproduir-los a l'ordinador(6) i fins i tot escoltar-los en reproductors portàtils estil walkman(7). MP3 és el format d'àudio més popular a la xarxa. Per això és fàcil buscar i trobar(8) tota mena de música, tant si es tracta de fitxers que l'artista o la discogràfica venen o regalen com de cançons que el fan de torn ha piratejat d'un CD o de la ràdio i les ha comprimit i penjat a una web.

Napster, revolució vigilada

Fa uns anys llegíem un article sobre un artista desconegut o minoritari i havíem d'esperar a que el posés el DJ enrotllat d'un programa de ràdio que feien a altes hores de la matinada o que aquella botiga de discos d'importació en tingués còpies.

Gràcies a un invent revolucionari com el Napster (9) és possible formar una comunitat milionària de melòmans de tot el planeta que s'intercanvien música gratuïtament. El Napster és un programa que s'instal·la a l'ordinador i que detecta quins fitxers MP3 tenim al nostre disc dur. Quan ens connectem a Internet, el Napster envia la informació sobre els nostres MP3 al seu servidor. Això permet que nosaltres també sapiguem què tenen al seu disc dur tots els usuaris de Napster que en aquell moment estan connectats a Internet. Parlem de milers d'usuaris de tot el món i de puntes de més de mig milió de

cançons disponibles. I parlem d'un intercanvi entre particulars sense la intervenció dels artistes o la indústria. Preocupant? Molt. Impressionant: també.

Marc Mateu

ENLLAÇOS RECOMANATS

- 1- Mitjans de comunicació convencionals amb presència a Internet:
 - Revista Rolling Stone: www.rollingstone.com
 - Revista New Musical Express: www.nme.com
 - Revista Mondo Sonoro: mondosonoro.terra.es
 - Cadena 40 Principales: www.40principales.com
 - Cadena MTV Europa: www.mtve.com
- 2- Revistes i diaris musicals exclusivament electrònics:
 - Vilaweb Música: www.vilaweb.com/musica
 - En Off: www.enoff.com
 - SonicNet: www.sonicnet.com
 - Music 365: www.music365.com
- 3- Bases de dades musicals:
 - All Music Guide: www.allmusic.com
 - Música Ciudad Futura: musica.ciudadfutura.com
- 4- Robots de titulars musicals
 - MusicStation: www.musicstation.com/musicnewswire
 - Postpop: www.postpop.com
 - Imusic Newsagent: www.imusic.com/newsagent
- 5- Portal musical:
 - Ultimate Band List: www.ubl.com
- 6- Reproductors de música digital per a l'ordinador:
 - Winamp: www.winamp.com
 - Sonique; www.sonique.com
- 7- Reproductors portàtils de música digital:
 - Rio: <http://www.diamondmm.de/eng/products/audio.htm>
 - Nomad: www.nomadworld.com
- 8- Cercadors i metacercadors de fitxers MP3:
 - MP3.com: www.mp3.com
 - MP3.es: www.mp3.es
 - Palavista: www.palavista.com
 - MP3Meta: www.mp3meta.com
- 9- Comunitat d'intercanvi gratuït de música:
 - Napster: www.napster.com

SANTI CARRILLO

Periodista de la revista ROCKDELUX

Informació, comunicació i ètica

La crítica rock hauria d'explotar més la seva funció d'intermediària educativa; aquest hauria de ser l'objectiu a transmetre: que la producció del saber dels crítics trobés la receptivitat del públic consumidor, un públic ja especialment motivat i, en alguns casos minoritaris, el que podríem anomenar una élite, prou informat i preparat.

Però també és cert que, fora d'aquesta élite, és un públic susceptible de ser fàcilment manipulat, al no ser capaç de desenvolupar, en el seu apassionament juvenil, un satisfactori esperit crític.

Parlem del periodista musical. Per les característiques pròpies de la seva feina, sempre ha estat un professional proper al poder que genera la informació, un poder representat per les discogràfiques, que faciliten el treball sempre que aquest faci vendre el producte. Així doncs, és evident que el periodista es converteix en un personatge amb gran capacitat de manipulació. No cal dir que és fonamental una part important d'ètica que vetlli pel bon ús d'aquesta capacitat de manipulació.

Dins d'aquest món del periodisme rock, és molt comú el fet de ser *free-lance*; no són moltes les oportunitats que es tenen de poder treballar únicament en un mitjà consolidat.

I aquesta condició de *free-lance* ve marcada per una sorprenent facultat d'adaptació del periodista per servir els interessos dels que paguen, siguin editorials independents, grans grups de comunicació o discogràfiques sense escrúpols. Així es crea la paradoxa de que aquests periodistes sense massa ètica ni conviccions fomenten que existeixi cada vegada menys apressi per la qualitat d'aquesta informació, que deixa de ser informació viva, i passa a ser comunicació passiva. I tot això precisament en una època, l'actual, amb un volum infinit d'informació circulant pels diversos canals de comunicació.

S'hauria d'establir una diferència clara entre informació i comunicació.

Informació és concepte, educació, instrucció, coneixement, anàlisi i reflexió.

Comunicació, simplement transmissió mediatitzada, difusió interessada, publicitat encoberta, influència i manipulació.

És evident que als nostres dies aquesta “comunicació” li està guanyant terreny a la pura “informació”. La resposta de xoc a aquesta circumstància seria un retorn a les bases del que hauria de ser un bon periodisme: documentació, coneixement, rigor i independència per fugir de la informació filtrada i unidireccional que serveixen els centres de poder, que en el món de la música son les discogràfiques i molts mitjans sense ètica. També, i sobretot ara, internet, moltes vegades utilitzada com a fi i no pas com a vehicle, on s’hi està abocant informacions no contrastades ni fiables en mans d’amateurs, fanàtics o informàtics fent de periodistes.

I és que la crítica en general, i en aquest cas que ens ocupa, la dedicada al rock, hauria de sentir-se obligada a depurar la capacitat de discernir dels consumidors, per enriquir la formació dels individus, adolescents en gran part. Seria un bon antídod per combatre l’estat de desinformació general que produeix un excés d’informació mal dirigida.

En el cas de ROCKDELUX i tots els productes que editem a la nostra editorial, tractem de posar en funcionament aquestes prerrogatives, fent una revista especialitzada amb els criteris més sòlids possibles.

Intentar descobrir artistes interessants independentment de les seves vendes. De fet, no fem una revista per arribar a les masses. A priori, no ens importa la quantitat de públic si no els lectors que sabem que ens compraran el màxim de temps possible. És el control de la qualitat per accedir a una quantitat suficient de lectors: fidels i amb una sintonia creada per vincles comuns a partir d’identificacions amb determinats crítics o significants ocults entre línies, amb titulars, peus de foto o columnes escrites amb ironia, doble sentit o referències generacionals. És evident que fem revistes per a gent que li agrada la música més enllà de tenir-la com un objecte decoratiu. I la música de la que parlem agrada a la gent que li agrada la música.

Per què som minoritaris? Perquè vivim en un país que no té un veritable apressi al gust musical. Però no per això deixarem de fer el que ens agrada. Ens acusen de sectaris per no seguir el corrent principal. La nostra editorial busca la independència personalitzada per sintonitzar amb individus amb gust i criteri; és una idea selectiva i finalment política.

Santi Carrillo

CARLES GILIBETS

Redactor i locutor de Los 40 Principales

Els 40 principals. La ràdio dels èxits
Els 40 principals ocupen un lloc destacat a la ràdio musical del nostre país. El seu sistema de rotació de discs i promocions publicitàries, ha creat una plataforma perfecta perquè un ampli ventall de grups musicals i artistes puguin assolir els seus objectius.

Com a productor i locutor dels 40 principals, m'agradaria posar de manifest els diferents camins que porten cap al desig final de qualsevol artista: l'èxit.

El tractament especial que reben artistes de renom mundial, mencions en directe realitzades pels locutors, campanyes de recolzament: concerts, festivals, presentacions de discs o entrevistes específiques que formen part del sistema creat per que els 40 principals sigui, tal i com és, la ràdio musical amb més oients.

Un altre objectiu important de 40 principals és fer conèixer nous grups, es aquí on cal donar una atenció especial el programa FANCLUB.

Un programa creat exclusivament per donar sortida a noves formacions i relacionar amb l'audiència més jove dels 40 principals.

Fans: fenòmen social

Des de fanclub fa 5 anys que ens encarreguem de satisfer tot tipus de demanda la nostra audiència que correspon a l'edat de 10 a 18 anys; ens preocupem d'oferir notícies musicals relacionades amb els grups de moda, donar sortida als temes més èxit i donar a conèixer als nostres oients els artistes que més els agraden a de concursos i festes musicals.

Però fanclub, no només és música, volem complaure al públic adolescent. Per motiu també parlem de cinema i esport, tot això fa de fanclub el programa més de 9 a 10 de la nit en tot l'estat.

Des d'aquest programa i com a presentador des de fa tres temporades comprovar quines són les inquietuds musicals dels més joves: com es comporta un artista, admiració que a vegades els porta a copiar la seva manera més enllà de la passió per la música i que fan del seu g

got
pode

Pc
música
no sap
encertad

Es cla
hi ha teler
aviat restar

Les gran
cionals, apos
ressos. Els a

de diversió; em refereixo als clubs de
de menció.
Realman...

ment vendible, es transformarà amb producte de consum. La música no és cap excepció. Només cal mirar qualsevol exemple de manifestació musical adreçada a les minories, que arribi a ser catalogada de revolució artística, per descobrir que un cop aquesta assolixi un grau d'acceptació notori, desapareixerà o serà absorbida de forma irremediable pel consumisme. Prenguem com exemple el moviment Punk, la seva fi va ser autodestructiva, al comprovar que tot allò que criticaven els va absorbir, discogràfiques, mitjans de comunicació, modes, gires, calers, fama...

Cal fer doncs una diferenciació entre música i música de consum? Definitivament no, la música és això, simplement música. Si cal fer una diferenciació, aquesta ha de ser els diversos tractaments que rep la música des de els mitjans de comunicació, els veritables artífex del consum de la música.

Els mitjans de comunicació estan supeditats a les audiències en el cas de les ràdios i televisions, i als lectors en cas de la premsa. Les xifres dels diferents estudis d'audiències són les que marquen l'èxit o el fracàs d'un projecte i aquest fet sens dubta afecta directament a la música.

Diverses emissores de ràdio supediten la seva música a la franja d'edat a la que es dirigeixen. És força improbable poder escoltar a emissores juvenils com els 40 principals, una cançó dels Madredeus, al igual que mai no esperem escoltar a Britney Spears, a M80 Radio, emissora de formula adulta.

En el món de la televisió, si be amb ofertes de televisió per satèl·lit, podem trobar cadenes exclusivament musicals, el mes normal és que la música aparegui en programes juvenils o d'àmbit cultural, la qual cosa delimita molt els estils musicals i com a conseqüència l'oferta.

Però si fem un seguiment global de tots els mitjans de comunicació, es pot afirmar que quasi totes les músiques tenen una finestra on poder ser escoltades o vistes. Evidentment sempre tindran més presència diversos estils o artistes per sobre d'uns altres, en funció de la audiència que generin, i per aquesta regla de tres, en funció del diners que generin a les grans discogràfiques. Ni mes ni menys, que com a qualsevol producte, sigui artístic o no, que es pugui consumir.

Josep Lluís Penadès i Boada

COMUNICACIONES



LA BANDA SONORA DELS 7 MAGNÍFICS

M^a Carme Rusinyol i Pautes

Professora de Música a Secundària



La lectura inconscient d'imatges és present en el sí de la nostra cultura, quan la imatge s'acompanya de só el seu protagonisme sovint esdevé aclaparador. En l'àmbit del cinema, la imatge visual s'acosta a la realitat i la banda sonora a l'abstracció però les estratègies sonores hi actuen de manera subliminal, ampliant l'abast de la nostra comprensió, el compositor David Raksin ho accepta de manera explícita, "...la música de cinema consisteix en intervenir sense que el públic realitzi un vertader acte conscient de percepció".

Efectuar una anàlisi d'una banda sonora per mitjà de procediments didàctics pot significar un ajut en la percepció conscient d'imatge i só. Creiem que la banda sonora de "Els set magnífics" ofereix les possibilitats i estratègies musicals adients per poder realitzar una anàlisi d'aquesta mena. El gènere senzill i entenedor del *western* pot facilitar l'exploració didàctica per als alumnes de segon cicle d'ESO. Així, assolir un nivell de lectura conscient de la imatge cinematogràfica, conèixer els principals recursos musicals que s'utilitzen en una banda sonora i comprovar com la música implica emocionalment l'espectador serien els objectius bàsics que ens proposem en aquest exercici.

Funcions de la música de cinema

Convertida en un element orgànic més del film, com els actors, el guió o la fotografia, la música de cinema aconpleix una sèrie de funcions molt precises que cal tenir en compte en el moment d'efectuar la seva exploració didàctica.

Contribueix de manera decisiva en captar el vertader significat del film, ajuda en la seva "lectura" correcta gràcies el seu caràcter subjectiu i la seva capacitat de crear implicacions emocionals en l'espectador.

Una funció bàsica d'una banda sonora ha de consistir en trobar la coherència i la similitud adient amb el text fílmic que acompanya, en forma de filtre ha d'oferir una perspectiva determinada.

Juga un paper important amb el *tempo* del film. Pot accelerar o retardar l'acció, de manera general ha de configurar el caràcter rítmic de l'edició total de la pel·lícula i intervenir en el *tempo* de cada escena. El temps que transcorre a través dels plànols construeix el ritme de la pel·lícula i la música hi participa amb un sentit il·latiu..

Pot recrear una època o un ambient. Gràcies el llenguatge connotatiu de la música occidental pot suscitar associacions amb llocs geogràfics, èpoques històriques, trets del caràcter o estats d'ànim. En aquests aspectes hi intervenen les característiques tímbriques de cada instrument. Coneixem exemples on s'estableix una mena de pacte amb l'espectador, arribant a crear un llenguatge codificat, les arpes poden suggerir el mar i els violins una escena d'amor o el *sitar* un ambient oriental.

Col·labora en intensificar el sentit dramàtic i la singularitat d'una escena determinada com també clarifica o mostra la psicologia d'un personatge. En aquest apartat situaríem la tècnica del *leit motiv* wagnerià que descriu per mitjà d'idees temàtiques personatges, situacions, objectes, conceptes, llocs geogràfics... El compositor.

M Steiner fixà les bases del *leit motiv* cinematogràfic, havia d'ésser breu, de poques notes de manera que fos fàcilment retingut per l'espectador, havia d'establir relacions biunívocues entre significant i significat, descriure mitjançant associacions musicals abstractes.

La música crea i intensifica efectes d'implicació o distanciament de l'espectador mitjançant el joc harmònic o cromàtic, un simple acord o una nota sostinguda poden suscitar efectes sensorials diversos.

El bon compositor de música de cinema ha de respectar i establir relacions amb el silenci. En el cinema mut la música sonava de manera contínua, s'il·lustrava cada moviment i l'acció més efímera, els compositors actuals han entès l'equilibri del só i el silenci la qual cosa amplia el camp expressiu.

La música i el gènere cinematogràfic del Western

La producció fílmica basada en el gènere del *western* s'acompanya originàriament d'ambientació musical. En un dels primers exemples del *western* "La quimera de l'or" de Charles Chaplin, podem observar el préstec musical de la balada escocesa "Loch Lomond" com a element evocatiu d'un paisatge muntanyenc. En les dècades dels trenta i quaranta fou freqüent l'ús d'elements musicals extrets del folklore americà d'arrel europea; balades, danses de quadrilla, polkes, etc Per reforçar seqüències d'acció o de caire dramàtic es recorria a fragments musicals més o menys llargs amarats de recursos simfònics i fins i tot operístics de la música europea. En aquesta contribució hi destaquen compositors vienesos com Max Steiner i Hans Salter o el rus Dimitri Tiomkin, en les col·laboracions musicals d'aquest darrer fins hi tot trobem cites melòdiques russes i hongareses.

Amb Aaron Copland la música americana i, sobretot la cinematogràfica descobreix la seva vertadera identitat en articular de manera coherent i genuïna música simfònica i folklòrica. Encara que la seva producció fou minsa, no depassà les deu pel·lícules l'empremta que hi deixà fou l'origen i creació d'una escola que durà ben bé fins

els anys setanta en el gènere del *western*.. La *suite* per a concert del film “El poni roig” esdevingué un model per als compositors joves de les dècades posteriors, com Jerome Moross, Elmer Bernstein i Jerry Goldsmith.

Jerome Moross, el 1958, amb “Horitzons de grandesa” basteix de manera definitiva l'entrellat motívic i orquestral de la partitura per a *western*. La seva tècnica es basa en l'assimilació de melodies folklòriques acompanyades de senzilles harmonies i d'un color orquestral brillant i lluminós que descriu les immenses i solitàries planures que s'han de conquerir.

Elmer Bernstein

Elmer Bernstein nascut a Nova York el 1922 esdevé l'hereu d'Aaron Copland i J. Moross. Deixeble predilecte del primer des de l'edat de tretze anys, cursà una brillant carrera musical a la Julliard School of Music i s'inicià com a concertista de piano fins l'esclat de la Segona Guerra Mundial. Al front de guerra formà part de la banda militar de Gleen Miller experiència magnífica per adquirir tècniques i recursos jazzístics de la *big band*. Després de la guerra treballà a NBC i més tard s'introduí a Hollywood on desenvolupà una llarga producció de composicions per a diversos gèneres fílmics: dramàtics, bèl·lics, històrics, thrillers i, sobretot, *western* on hi excel·leix per la claredat en el color orquestral, per les melodies de caire folklòric magistralment afaiçonades dins del simfonisme occidental que li permet fer un ús clar i directe de la tècnica operística del *leit motiv*, d'Aaron Copland servà recursos tímbrics com la utilització de violins seguits de trompetes en les introduccions temàtiques i es mostrà un bon coneixedor de la composició musical per a cinema quan anuncià la mort de la partitura clàssica amb la introducció de la cançó *pop a* “Sol davant del perill”.

Als anys seixanta inicià la confecció de *scores* per a la sèrie fílmica de “Els set magnífics” que s'allargà fins a la dècada dels setanta amb els títols: “Els set magnífics” 1960; “El retorn dels set magnífics” 1966; “La fúria dels set magnífics” 1969; “El desafiament dels set magnífics” 1972.

L'escola musical de *spaghetti-western* creada per l'italià Morricone, ampul·losa, paròdica ratllant el grotesc fou un híbrid dins d'aquest gènere però gaudí d'una gran acceptació popular, significà un autèntic desafiament compositiu per a Elmer Bernstein en el moment de crear la banda sonora de “Els set magnífics” però el mestratge orquestral, jazzístic, folklòric i harmònic que havia rebut dels grans mestres convertiren aquesta banda sonora en un exemple cabdal dins del gènere.

“ELS SET MAGNÍFICS”. Director J. Struges. Nacionalitat EE.UU. 1960. Actors: Yul Brynner, Steve Mc Queen, Charles Bronson, Eli Wallach, Robert Vaughn.

Un grup de bandits saqueja contínuament un poble mexicà. Els camperols, necessitats de protecció, ofereixen tots els seus diners a un grup de caçadors sense sou per tal de defensar-se. Els set homes accepten el treball no pels diners, sinó per l'oportunitat de tornar a l'acció, la seva lluita esdevindrà heroica..

LA BANDA SONORA DE “ELS SET MAGNÍFICS”

Esdevé un autèntic model de partitura musical per a un film d'acció. La música aconsegueix la comesa de reforçar i complementar gràfica i explícitament la imatge tot creant un perfecte entrellat homofònic entre imatge i só.

La tria d'aquest exemple musical fílmic com a exploració didàctica es basa en quatre eixos compositius que defineixen el caràcter i l'interès de la banda sonora:

- força temàtica expressada per mitjà de motius conductors, recurs wagnerià del *leit motiv*
- melodies impregnades de folklorisme que ens situen en àrees geogràfiques concretes.
- força punyent del ritme que atorga una perfecte estructuració temàtica i dóna cohesió a la història total del film.
- importància del color i de la confecció orquestral que denota un autèntic mestratge del compositor.

La pel·lícula s'inicia amb una introducció musical enèrgica i brillant de gran color tímbric amb acords contundents que anuncien el dibuix temàtic principal, acompanya el marc dels camps de blat de moro inici del drama, la desolació del paisatge contrasta amb la vigorositat la vigorositat rítmica i el simfonisme exaltant del conjunt instrumental. La força temàtica de la música ens introdueix en un context fílmic basat en el drama i en l'acció

El primer *leit motiv* acompanya l'aparició de la colla de lladres donant-li un caire violent i combatiu. Recursos rítmics en la percussió marquen el trot dels cavalls i assenyalen el caràcter cruel i implacable dels bandolers.. El conjunt orquestral intervé en forma de *tutti* tot indicant a l'espectador el tipus d'acció que es desenvoluparà.

El segon motiu conductor apareix amb el primer component de la colla Chris (Yul Brynner) tot marcant el seu caràcter noble i heroic. El tema s'amplia amb el segon personatge, Vin (Steve Mc Queen). De manera successiva el tema s'anirà confegint fins a completar els set membres de la banda, finalitza amb una versió de tota l'orquestra que estableix un vincle indissoluble entre el tema i la imatge del grup.

El tema de l'amor descriu el tarannà senzill del personatge Petra. Amarat de folklorisme dóna cohesió i ajuda a completar el localisme rural del film.

El folklore d'arrel mexicana es present en els temes conductors i es concreta en melodies ben dibuixades mitjançant la guitarra suggerint una localització geogràfica concreta. Un bell exemple de música ètnica el constitueix la dansa ritual ballada a la plaça del poble pels camperols. Tota aquesta influència musical folklòrica es fusiona magistralment amb les harmonies, ritmes i timbres de l'escola europea.

Aquesta fusió magistral l'ofereix igualment el paràmetre rítmic. Acords marcant els temps forts orquestrats o percutits descriuen la lluita heroica, l'afany de possessió dels bandolers o l'acció en el camp de batalla. L'*ostinato* orquestral, fruit de l'escola d'A. Comland, dóna cohesió a aquesta atmosfera bèl·lica.

La utilització del silenci en moments d'intens dramatisme; saqueig del poble, expectació davant del perill, l'espera... intensifica el misteri i contribueix a desenvolupar els recursos interpretatius dels actors.

Cal tenir present, també, els girs motívics, motius curts, acords sobtats (sting chord) i recursos minimalistes que intensifiquen l'expressivitat dels personatges o clarifiquen la lectura de l'acció.

M^a Carme Rusinyol

BIBLIOGRAFIA

- EISLER, Hanns.- "El cine y la música", Ed. Fundamentos, Madrid 1976.
- BURT, George.- "The art of film music". Norththeastern University Press, Boston 1994.
- EISENSTEIN, Sergei.- "El sentido del cine", Siglo XXI. Madrid 1974.
- THOMAS, Tony.- "Music from the movies", Barnes and Co. N. Jersey, 1973.
- RUSSELL LACK.- "La música en el cine", Ediciones Càtedra, Madrid 1999.

FEM UN ANUNCI!

Natàlia Demidoff de Joltkevitch

Professora de Música de l'IES Ausias March



L'IES Ausias March té una tradició de molts anys de treballs amb càmera de vídeo. Va començar amb sonorització de petites seqüències, filmades prèviament, per utilitzar els coneixements adquirits a l'aula de música.

Després s'han elaborat propostes més ambicioses, potenciant la part visual.

A més de treballar la part audiovisual, s'ha intentat trobar temes que permetin contactar amb d'altres àrees, com, per exemple, socials (fent un recorregut per la Barcelona medieval) o visual i plàstica (fent un reportatge del Modernisme).

Aquest curs hem ofert als alumnes de segon cicle d'ESO, concretament a 3r d'ESO, un crèdit variable de vídeo i hem centrat el treball en l'anunci per a televisió. Confegir un petit anunci és una forma idònia per aprofitar les 33 hores d'un crèdit, dividint-lo en una part teòrica i un altre de pràctica per a una consolidació dels continguts presentats. A més en un món on la publicitat forma part de la nostra vida, és força interessant fer una reflexió de la seva importància i els seus efectes sobre el comportament de les persones, tot i remarcant les diferències socials i culturals.

Doncs, els objectius generals del crèdit van ser:

- apropar els alumnes a les noves tecnologies.
- identificar i valorar els mitjans de comunicació social com a grans productors de missatges verbals i no-verbals i interpretar-ne el contingut en relació amb els valors de la cultura pròpia.
- incentivar els alumnes perquè siguin capaços de comprendre diversos missatges audiovisuals.
- produir conjuntament amb correcció missatges audiovisuals originals.

Com a material de suport hem fet servir per la part teòrica una selecció de vídeos cedits per el CRP de Les Corts:

"La feria de la creatividad"

"Anuncis antics de TV"

"Megapublicitat"

i una selecció del vídeo “*Com veure la TV. III - La publicitat*”.

Hem començat per un estudi a l'aula de reportatges sobre anuncis. Els alumnes havien de valorar individualment i col·lectiva els missatges audiovisuals.

Seguidament hem introduït els alumnes dins les normes i tècniques necessàries per produir un missatge propi amb càmera de vídeo.

- selecció de l'espai: enquadrament
tipus de pla més convenient
- el pla com a descripció i com a narració.
- posicions i moviments de la càmera.
- el llenguatge dels colors.
- l'eslògan
- la música.
- el guió literari
- el guió tècnic
- el “Story board”.

Tot seguit hem analitzat la utilització dels plans d'enquadrament dins els “còmics” per complementar les informacions rebudes.

Per cloure aquesta part teòrica, hem dedicat una sessió per conèixer els mitjans tècnics necessaris per la filmació i el muntatge i familiaritzar els alumnes amb el material de l'aula d'audiovisuals del Centre:

Una càmera Sony

Un magnetoscopi amb monitor.

Un editor

Un reproductor de disc compacte

Una taula de mesclades.

CDS del seminari de música per la sonorització.

Per començar la part pràctica, els alumnes havien de proposar idees d'anuncis per realitzar-los amb els mitjans al seu abast, dins l'Institut. Els alumnes que feien aquest crèdit eren quinze. Es van dividir en dos grups per elaborar cada grup un anunci original. Havien de cercar idees, realitzar el guió literari i el guió tècnic i proposar les músiques més adients per reforçar la imatge.

Els alumnes havien de tenir clar què hauria de fer cada membre del grup i també que tothom havia de complir amb la feina assignada, sigui d'actor, de càmera, de productor o de director: del treball individual i la cooperació de tothom depenia l'èxit de la seva producció. També es preveia la possibilitat de diferents sessions de filmació que permetrien canvis en les tasques assignades perquè tothom gaudís de ser actor, càmera o director.

Es va dedicar una sessió per buscar un projecte per un anunci original; els alumnes van discutir durant una estona diferents idees presentades pels membres del seu grup, fins a escollir la més engrescadora i alhora la més factible de filmar dins l'Institut o al seu voltant amb mitjans senzills.

Les propostes van ser: un anunci en contra del tabac i un anunci en contra de la contaminació acústica.

També es va adaptar una idea més humorística amb la idea de realitzar una filmació continuada, pràcticament sense talls ni possibilitats de rectificacions un cop començat l'enregistrament. Això, per una banda, pretenia introduir l'alumne dins la dinàmica d'una filmació en directe, però també intentava aprofitar els dies en que les condicions meteorològiques no permetien filmar exteriors, ja que totes les escenes d'aquest anunci són interiors. (Aquesta experiència es va passar a cinta de VHS i es va sonoritzar sense canvis a la imatge).

Una altra sessió es va dedicar a l'elaboració dels guions i a l'elecció dels sons o de la música que es faria servir per sonoritzar.

Per agilitar la dinàmica de treball, un grup va començar la filmació mentre l'altre grup feia pràctiques de muntatge i sonorització. Durant la filmació van sortir noves idees i es va rectificar el guió previ.

L'última fase va ser la introducció del so i dels rètols. Aquests últims es van realitzar encara d'una manera molt casolana: es van imprimir en cartolines i van ser enregistrats directament sobre de la cinta VHS.

Els alumnes van visionar els treballs realitzats i es va fer una valoració del crèdit. Es van enunciar les conclusions següents:

- Els objectius generals es van assolir.
- Els conceptes teòrics es van reflectir en les petites produccions dels dos grups.
- Tots els alumnes van ajudar a elaborar els guions; tot seguit tots van treballar amb la càmera per experimentar pràcticament els coneixements adquirits i van col·laborar a realitzar els muntatges, fent servir la càmera, el magnetoscopi, l'editor (per afegir les barres d'inici o alguna cortineta) i la taula de mesclades de so.

S'inclou la projecció dels anuncis esmentats.

Natàlia Demidoff

BIBLIOGRAFIA:

AMYES, T.: *Técnicas de postproducción de audio en vídeo y film*. IORTV. 1992.

BELTRÁN MONER, R.: *La Ambientación Musical*. IORTV. 1991.

BONET, DOLS, MERCADER, MUNTADAS. *En torno al vídeo*. Ed. Gustavo Gili. 1980.

- BROWNE, S.E.: *El montaje en la cinta de vídeo*. Instituto Oficial de Radio y TV. 1989.
- CHION, M.: *L'audio-vision. Son et image au cinéma*. Nathan. 1990.
- COMPARATO, D.: *De la creación al guión*. IORTV. 1992.
- FARRÉS I PRATS, J.: "Com veure la TV. III - La Publicitat" Consell de L'Audiovisual de Catalunya. 1998.
- FARRÉS I PRATS, J.: *Per una didàctica del vídeo*. Departament d'Ensenyament 1990.
- FONT I SUÑÉ, A.: *Recursos Audiovisuales, 33 tècniques*. Graó, col·lecció "Instruments Guix" 1985.
- FORNER J., PINTÓ, J.: *Cinema: màgia i realitat*. Departament d'Ensenyament. 1989.
- FRANCÍ J., GARCIA A., MALLO T. i MIRALLES M.: *Mitjans de comunicació: Cinema i Televisió*. Departament d'Ensenyament. 1989.
- FUENTES I PUJO, M^o E.: *Documentació i telecomunicacions*. Pòrtic/Mèdia. 1990
- GEA, F.: *El vídeo*. Universitat de Barcelona. 1983.
- GIACOMANTONIO, M.: *La enseñanza audiovisual*. Ed. Gustavo Gili. 1979.
- JACKSON, K.G.: *El libro del vídeo*. Marcombo Boixareu. 1983.
- MALLAS S.: *Medios audiovisuales y pedagogía activa*. Ed. Ceac. 1979.
- MAQUINAY I POMÉS, A.: "Parlem d'anuncis". Departament d'Ensenyament 1992.
- MARTÍNEZ ABADÍA, J.: *Introducción a la tecnología audiovisual*. Paidós Comunicación. 1995.
- MATTHEWSON, D.K.: *Vídeo*. Alhambra. 1983.
- MILLERSON, G.: *Técnicas de realización y producción en televisión*. IORTV. 1991.
- NERONSKY, L.B.: *Sonorización de películas*. Ed. Marcombo 1975
- PADROL J.M.: *El llenguatge cinematogràfic*. Departament d'Ensenyament. 1989.
- PELOU, P., VUILLEMIN, A.: *Les nouvelles technologies de l'information*. La Documentation Française. 1987.
- PETZOLD, P.: *Toda la cinematografía en un solo libro*. Ed. Omega 1970.
- PUIG, J.J.: *Vídeo*. Parramón. 1982.
- ROSE, T.: *Así se hace cine*. Instituto Parramón. 1976.
- SOUTO, H.M.R.: *Manual de cine, audiovisuales y vídeo-registros*. Omega. 1976.
- SOUTO, H.M.R.: *Técnicas del Realizador de Vídeos*. IORTV. 1991.
- TREMAINE, H.M.: *Audiociclopèdia*. Marcombo. 1977.
- WHITE, G.: *Técnicas del vídeo*. Instituto Oficial de Radio y Televisión. 1984.

ELS NENS PRESENTADORS

M^a José Checa Domene

Mestra de Música



PROJECTE: Fer un programa de ràdio presentat pels nens.

Aquesta idea va arribar a través d'un presentador de la ràdio local, que va comentar al nostre director que sempre havia pensat que li agradaria fer un programa de ràdio on els nens fossin els protagonistes. Aquesta idea va arribar a mi i vaig decidir intentar-ho amb els nens de l'escola. De fet, la ràdio municipal és una associació que està al servei del poble i que intenta informar i donar prioritat als actes i successos del seu terme municipal.

Em vaig posar en contacte amb el locutor i em va explicar que feia un programa els dissabtes al matí de 10 a 11h. que es deia «Momentos de zarzuela». En aquest programa presentava obres de «zarzuela» però també alguns fragments de música clàssica. De fet, jo li vaig proposar que el programa que presentessin els nens estigués format per fragments de música que haguessin escoltat durant el curs a les classes de música.

Un cop decidit això vaig proposar i explicar als nens de 6è que escollissin quines obres els havien agradat més i que volien que sortissin. Vam fer un buidat de les proposades i vam posar-les per ordre de votació. També vaig recollir alguns comentaris que van fer sobre algunes obres i de les imatges que els hi suggerien.

Vam començar a estructurar el programa intentant posar diferents estils, diferents formes musicals, canvis tímbrics,... però presentats de forma que poguéssim ajudar a entendre millor la música, i donant pautes per entendre-les.

Un cop organitzar l'ordre de les obres vam concretar quins nens vindrien i, per sorteig vam escollir dos de cada classe. Aquests quatre nens venien durant les hores del pati i practicaven com presentar les obres, ells van decidir el que deien en tot moment, però jo corregia algunes paraules que no eren del tot correctes dintre de la terminologia musical.

Uns dies abans del programa vam anar a la ràdio i vam fer un assaig de prova que també vam gravar i així els nens es van fer una idea de com seria.

Finalment, el dia 16 de maig del 98 vam anar i vam fer el programa on els nens eren presentadors, i em penso que el resultat va ser molt més que satisfactori tant pels nens com per tots els que formem part de l'escola i els pertanyents a la ràdio. De fet, si no hem repetit fins ara la experiència és perquè van haver canvis dintre de la ràdio (canvis de programació,...)

Estructura del programa

Primera part:

- La primera obra que vam presentar va ser la «Guía de orquesta para jóvenes» de Britten, en la que els nens anaven explicant una mica la seva història, la seva estructura i les seves diferències tímbriques. A més a més, també explicaven una mica les seves sensacions i impressions a l'escoltar-les.

Segona part:

- En aquesta segona part, el presentador ens va dedicar dos fragments musicals que li agradaven molt: «El vuelo del moscardón» de R. Korsasov i la «Dansa del sabre» de Kacciaturian, de les quals va explicar la seva història i quan van ser composades.
- La primera obra presentada pels nens d'aquesta segona part va ser la «Dansa hongaresa n° 5» de Brahms on explicaven l'origen i l'estructura de la obra. També altres conceptes com els canvis de tempo.
- La segona obra va ser el «Rondino» de Telemann, aquesta obra la vam fer amb els micròfons oberts i ells quatre van tocar instruments per acompanyar-la. Les xinxines tocaven el tema A, les claus el B, la caixa xina el C i el güiro el D. L'estructura era de rondo i sonaven clarament la flauta dolça i el clavi-cèmbal.
- La següent va ser el «Preludi» del «Te Deum» de Charpentier, com un altre exemple de forma rondó, conegut a més a més, per sonar al famós «Festival d'Eurovisió».
- La quarta obra la vaig presentar jo, i era «Die Moldau» de Bedrich Smetana, com exemple de música descriptiva.
- I per acabar, vam escoltar el fragment de «El matí» de l'obra «Peer Gynt» de E. Grieg, on sentíem el so de la flauta travessera i l'oboè i ens endolcia el final d'aquell programa.

Valoració:

Va ser una activitat molt enriquidora i gratificant, i de fet, ajuda a interrelacionar dos àmbits que podrien semblar molt distants com són l'escola i els mitjans de comunicació.

M^a José Checa

CONTROVÈRSIES EN L'ÚS DEL JINGLE PUBLICITARI COM A RECURS DIDÀCTIC?

M. Dolors Olivé Vernet

Mestra de Música



“Homines dum docent discunt”
(Els homes aprenen mentre ensenyen)

Lucio Anneo Séneca. Filòsof

Una de les funcions primordials de l'ensenyant rau en la recerca de tota mena de recursos que facilitin i fonamentin la seva tasca docent. L'especialista de música de les escoles de primària en concret, ha de recórrer a l'ús de mitjans atractius, entenedors i de fàcil adquisició amb la finalitat primordial d'apropar el llenguatge musical al seu alumnat i amb la pretensió que aquest el pugui conèixer, comprendre, valorar, explorar i si cal, utilitzar com a una altra forma de comunicació.

Aquests objectius s'adeqüen a la LOGSE quan promulga que “els alumnes de primària s'han d'educar com a intèrprets, auditors i receptors de música, com a realitzadors expressius i creatius i com a coneixedors dels rudiments de **la tècnica del llenguatge musical**. És evident que si el domini del llenguatge verbal –tant oral com escrit– es va adquirint amb l'escolta i la lectura de tota mena de textos, el nivell de coneixement i de comprensió del llenguatge musical serà proporcional a la quantitat d'audicions que es realitzin i a la seva qualitat, així com del grau de coneixença que es tingui dels elements que formin part del codi musical. Quantes més referències musicals tingui l'alumne, més continguts musicals nous podrà aprendre i més fàcil li resultarà al mestre de música ensenyar-los-hi.

Però aquesta llei també estableix que “...L'alumne de primària ha de començar a prendre consciència del **paper de la música en la societat actual** i apreciar críticament **les diferents classes de gèneres musicals** que hi ha”.

Mentre que l'ensenyament de la tècnica del llenguatge musical és habitual en les programacions curriculars de primària, la presència d'aquests dos últims objectius és més inusual.

Des d'aquesta comunicació incitem especialment a la consecució d'aquests darrers objectius i per assolir-los **caldrà que l'ensenyant cerqui referències musicals que li serveixin com a recursos didàctics en els mitjans de comunicació més influents com la televisió i de manera especial en els espais publicitaris.**

Són els **anuncis publicitaris** pel seu valor sociològic, pel seu caràcter narratiu total, per l'atracció que provoquen la confluència dels llenguatges auditiu i visual, pel seu caràcter repetitiu i insistent, així com pel fet que són dels pocs espais televisius on es pot trobar música de diferent índole, una de les modalitats de missatge que el docent pot pensar en emprar com a recurs didàctic. Aquest tipus de missatge és un dels que més influirà sobre el nen, malgrat el seu possible caràcter nociu, afavoridor del consumisme i de la manipulació que pot provocar controvèrsies en el seu ús didàctic.

1- La publicitat i la música dins de l'univers mediàtic

“L'aire que respirem és un compost d'oxigen, nitrogen i publicitat.”
R. Guerin. Publicista.

S'entén com a univers mediàtic l'entorn social de l'home contemporani, caracteritzat pel domini formalitzat, institucionalitzat i impersonal de la comunicació de masses. Els missatges s'envien a través de qualsevol mitjà tecnològic a un públic massiu que mai podrà respondre immediatament com en un procés de feed-back, per això és millor parlar d'informació que no pas de comunicació. Una informació que estandarditza els receptors dels missatges. Cada vegada més la nostra societat es caracteritza per una uniformitat de la què ja parlava Herbert Marcuse, fa tres dècades, a *L'home unidimensional* (1). Marcuse analitza l'home capitalista i el defineix com “un ésser aïllat i posat dins de l'engranatge de la productivitat, en un univers de la repetició, en una societat postindustrial, el funcionament de la qual es basa en la lògica de la dominació”.

És en aquest context, en què els diferents productes s'han fet més fàcils de fabricar que de vendre i s'han anat trencant els contactes directes entre el productor i el consumidor, quan el recurs de la publicitat s'ha fet ineludible (2). Ben bé podríem afirmar que l'anunci publicitari modern sorgeix com un producte de laboratori després d'analitzar el perfil del consumidor destinatari i adaptar la descripció de l'objecte de consum a les seves necessitats, fent-li creure que es tracta d'una primícia exclusiva. La capacitat d'influència del missatge publicitari està estretament lligada amb la seva funcionalitat. La publicitat, en general, es defineix per les seves **funcions**, de les quals destaquen *la esteriopadora* (Per la seva difusió massiva, la publicitat tendeix a igualar els gustos, criteris i ideals) i *la conservadora* (La publicitat sempre ensenya la cosa ja vista, parla d'allò que ja s'ha parlat, però darrera de la seva aparent contínua innovació, el que en realitat fa és fer semblar nou allò que ja ha estat acceptat).(3)

Sens dubte, avui en dia, el canal més utilitzat per emetre aquest tipus de missatge és la Televisió. A la TV la forma més usual de publicitat és el spot o comercial, la durada dels quals oscil·la entre 10" i 60". En aquest curt espai de temps s'han de fer servir tots els mitjans possibles per atraure l'atenció del receptor. Caldrà que hi hagi una gran coherència entre els diversos codis utilitzats: el lingüístic (oral i/o escrit), el visual o d'imatge i el d'efectes especials, on s'hi inclourà la música escollida que formarà part de la banda sonora i que hi jugarà un paper decisiu. Totes aquestes influències repercuteixen especialment en l'audiència infantil, nascuda en plena era de la TV, i acostumada a una lectura de la imatge més global i instantània que la dels adults, però també, per l'edat, amb dificultats per saber discriminar el tipus de missatge que més li convé.

Però en aquesta situació preocupant i descoratjadora, on qualsevol cosa, fins i tot la música, es converteix en un producte de consum, sorgeixen opinions que encara fan creure en la llibertat d'actuació individual, al marge de les influències mercantils, doncs l'acció exercida per la publicitat sobre el desencadenament de l'acte de compra i de consum només és coneguda de forma imperfecta, (4) i si més no," la publicitat obre un espai d'àmplia indeterminació i deix sempre la possibilitat d'impedir la seva acció persuasiva, canviant de cadena o passant les pàgines d'un diari". (5)

2- La música publicitària. Origen i funcions

"Quan no tingui res per dir, canti-ho"
David Ogiloy. Publicista

L'augment i freqüència de l'ús de la música en publicitat és indiscutible. El 70% dels spots i falques publicitàries a Espanya utilitzen música. Ho fan sobretot quan el producte ofereix bàsicament beneficis emocionals i comunica quelcom que no es pot expressar d'una altra manera (sensacions, estats d'ànim, un estil concret,...). Parafraçant David Ogiloy podríem dir que quan no se sàpiga com dir una cosa, el millor és cantar-la. Tot i que el més creatiu muntatge musical requeriria l'execució en directe de composicions especialment escrites per a un anunci publicitari en concret, (tal com succeïa en els inicis de la ràdio i del mitjà televisiu), la realitat actual és ben diferent, atès que resulta tècnicament més fàcil i més econòmic l'ús de música en "conserva" que només pagarà els drets oportuns i es podrà repetir tantes vegades com es vulgui.

La repetició insistent dels jingles publicitaris produeix una reacció concreta sobre l'audiència. La freqüència d'emissió, la familiaritat i el gaudi van íntimament relacionats. Al 1.940, G. Wiebe (6), va comprovar que la repetició constant d'un tema no afectava el nivell d'acceptació de les cançons inicialment molt preferides, però, en canvi, sí incidia en l'avaluació sobre cançons no tant preferides d'antuvi o desconegudes. A més repetició, més acceptació d'un tipus

de música determinada. No obstant, peces musicals que esdevenen populars a causa d'haver-se repetit sovint en els mitjans de comunicació es modifiquen per no resultar tòpics i avorrits.

Les melodies més famoses són les d'originalitat melòdica i de "zeigeist" –esperit o moda de l'època– intermedi (7). Ara bé, la propaganda que es fa d'una música precisa determina el seu grau de prestigi i intervé socialment en l'adquisició de judicis estètics concrets.

La música usada en publicitat respon a **origen i naturalesa diversa**: a) *Obres musicals preexistents*, de les quals se n'ha de negociar el seu ús i pagar els drets corresponents. Es consideren obres d'aquest tipus les Partitures Fílmiques, els Temes Tradicionals i Folklorics, Música Clàssica i Temes Populars estàndards originals o bé en versions covers, per raons d'estalvi econòmic. b) *Partitures originals* compostes per a la campanya, la qual es serveix de la combinació seductora de lletra i música que resti gravada al cervell, associada al nom de la marca o producte (ex-Cola Cao: "Es el Cola Cao, desayuno y merienda...", Norit: "Norit, el borreguito", Gior: "un poco de pasta basta, Gior"...) Són els veritables jingles, tot i que per extensió anomenem jingle qualsevol música utilitzada en publicitat. Moltes de les músiques utilitzades en campanyes publicitàries han esdevingut "supervendes" (Ex-Uca-Chaca-Uca. Campanya del Corte Inglés, secció moda jove). Com a mestres especialistes de música, més que a als super-vendes, ens interessarà recórrer especialment als temes pertanyents a les dues últimes modalitats. El llenguatge radiofònic i per extensió el televisiu, concedeix a la música emprada en qualsevol tipus de missatge emès unes **funcions estètiques** bàsiques: *La funció expressiva*, la qual aporta connotacions per crear un determinat clima emocional i una determinada "atmosfera sonora"; *la funció descriptiva*, que si en el mitjà radiofònic té una importància decisiva per a descriure-n's on i com s'ubica l'escena de l'acció, en el mitjà televisiu la seva funcionalitat es veu suplerta bàsicament per les imatges visuals i passa a un segon terme. Alguns autors consideren que "La música no hauria d'acceptar acompanyar sense precisió allò que la imatge ensenya amb precisió, ella hauria de complir la seva pròpia missió, àdhuc si es tracta –cosa sempre problemàtica– de crear una atmosfera, renunciant a tota redundància per relació amb allò que és evident"(8). Altres, en canvi, estimen que aquest caràcter redundat de la música com a recurs expressiu, recorda el paper del khoros en les tragèdies gregues, les intervencions del qual servien per comentar l'escena (9). Una altra *funció és l'ornamental*, denotada pel caràcter estètic de la música quan actua com a complement en el conjunt sonor de l'anunci.

Des del punt de vista de la **narratologia musical**, també existeixen unes modalitats bàsiques: *La música diegètica*, la presència inhabitual de la qual es justifica en el relat perquè forma part de l'acció narrativa i la *música extradiegètica* que pot actuar de diferents maneres en el discurs narratiu audiovisual i que sens dubte és la més freqüent.

3- Estudi de les influències i repercussions dels jingles publicitaris en l'alumnat de primària.

“Menjo amb la boca plena davant d’una publicitat Benetton i veig amb ulls africans il·luminat per la flama d’un foc a Los Àngeles...”

Fragment de cançó de David Bowie, extreta de l'àlbum *Black tie white noise*.

En més d’alguna ocasió l’ensenyant de música ha escoltat a la seva classe la sorprenent exclamació ¡...Ah sí! Surt en un anunci de la tele”. És quan el mestre se n’adona que té un camí obert per connectar amb un alumnat escèptic de creure en l’existència de qualsevol cosa que no surti per l’aparell televisiu. Lamentablement, sembla ser que, fins i tot, no existeixin alguns dels temes més reeixits de la música universal abans de ser emprada com a jingle publicitari.

Música i publicitat mantenen una estreta relació recíproca, doncs hi ha publicistes que incorporen música en els seus anuncis, de la mateixa manera que músics i cantants no només utilitzen la publicitat com una matèria d’inspiració sinó que hi ha temes musicals que es presenten al públic amb el llançament d’una campanya publicitària (10). Els nens, sempre a l’expectativa, acusen aquesta situació. Per poder comprovar quin tipus de música emprada en publicitat recorden els nostres alumnes i sense cap preparació prèvia, es va realitzar la prova de qüestionar-los-hi si eren capaços de recordar algun tema musical emprat en publicitat (11). Es confiava plenament en una resposta positiva però en cap moment es creia que fos tan àmplia. El llistat de temes publicitaris que van elaborar els alumnes el gener de 2.000, en alguns casos, pot resultar incompleta i amb alguna possible incorrecció, però sempre esdevé representativa:

“Libre” Telefonía AMENA (Tots són capaços de cantar-la. Anomenen El Chaval de la Peca i alguns Nino Bravo per que els ho han dit els pares)./-
“Vuelve a casa, vuelve” Turróns El ALMENDRO (Tots la canten)/-“Living in Jam i de Blue 4A CERVESA DAMM (M’escriuen fins i tot el títol i l’interpret)/-“Hola soy Edu, feliz Navidad” Telefonía AIRTEL (Amb música de la nadala “Ande, ande, ande, la marimorena”/-De l’anunci del RENAULT CLIO no saben el nom de la cançó, però sí del grup que la canta: Five./-“Queremos turrón, turrón, turrón, ANTIU XIXONA” (La canten tots)./-“El COLA CAO” (L’han cantada tots i sencera).//“Enamorado” de Cheyane. Colònia AGUA DE COIMBRA./-“Tengo una muñeca vestida de azul”. INTERMON./-“Live, la vida loca” de Ricky Martin (Em diuen que és de l’anunci antic de EL CORTE INGLÉS)./-“TOY’S ARAS” (música de la mateixa marca de joguines)./-“Baby” de Marvin Gay TELEFÓNICA MOVISTAR./- “A fuego lento” de Rosario Flores NESCAFÉ/-“The take my wy” de Celine Dion IBERDROLA./-“Vive las rebajas” de Los del Río. EL CORTE INGLÉS./-“Leche, cacao, avellana i azúcar: NOCILLA”/-“Por el camino jo me entretengo, volando voy, volando vengo” HALCÓN VIAJES.

Cal remarcar que aquesta llista s'hagués fet més extensa si haguessin recordat el nom i el producte de moltes més músiques que coneixien i cantaven gràcies a haver-les escoltat en publicitat. Aquesta dada corrobora una notícia que va ser present en molts diaris de l'Estat (Avui, La Vanguardia, El País...) la setmana del 10 al 16 de gener de 2.000, la qual comentava el desassossec de les agències publicitàries en veure els resultats després de la campanya nadalenca: Els possibles consumidors recordaven les músiques, els *slogans* i, fins i tot, les imatges dels anuncis; però no recordaven la marca, i en alguns casos, ni el producte anunciat.

A causa de l'efímera vida dels anuncis, l'anterior llistat té un valor relatiu però sí que ens pot ser útil si generalitzem la resposta elaborant una taxonomia sobre els tipus de jingles que recorden els nens i s'ordenen de més a menys grau d'incidència:

- a) Surt el nom del producte en la seva B.S.O./b) La interpreta algun ídol musical dels nens./c) Són consumidors del producte anunciat./d) Utilitzen cançons populars o infantils que saben./e) Altres... (pertanyents a la memòria col·lectiva, coneguts per alguns membres familiars...)

Aquesta classificació es manté en un altre tipus d'exercici que consisteix en posar-los per escoltar 30 fragments breus de temes musicals utilitzats en publicitat escollits arbitràriament (12). Ells han d'escriure el títol del tema, el nom de l'ínterpret i el nom i marca del producte anunciat. El resultat cau pel seu propi pes. Quan es tracta de temes que no diuen el nom del producte anunciat ni es tracta d'ínterprets que ells consideren ídols o no són consumidors directes d'aquest producte, no saben aportar cap informació. En alguns casos es reafirma el fet que són capaços d'anar taral·lejant els temes de l'audició i fins i tot s'atreveixen a dir alguna imatge mental que els ve present, però no recorden el producte anunciat, fet que coincideix amb les dades que posseeixen les agències de publicitat. Des del punt de vista pedagògic, en aquesta mateixa experiència, s'ha pogut comprovar l'existència d'una gran homogeneïtat musical en la manca d'atenció de l'alumnat durant l'audició dels temes que no relacionaven amb cap anunci. Només es va poder copsar que van reaccionar movent-se i ballant, cantant, somrient sorpresivament o simplement restant en un silenci atent durant les audicions dels temes relacionats amb negreta.

No se'ls va qüestionar els motius de les seves reaccions per no trencar el clima propici i així poder seguir l'audició, però després d'haver fet una anàlisi de les respostes del test anterior i comprovar que la majoria no va saber dir el producte divulgat en l'anunci d'on forma part ni el títol i l'ínterpret d'aquests temes, es van examinar les possibles raons musicals.

D'aquests onze temes, que representen el 36,6% del total dels 30 escoltats, només dos (18,1%) segueixen estrictament els esquemes musicals del pop-rock. Els altres vuit (72,7%) manifesten qualitats que les apropen a la música de tradició clàssica o a la de tradició popular diferent al rock (jazz, bossanova, cobla...). De les altres dinou peces (63,4%), catorze (73,6%) es poden definir

com exemples de música que segueix els paràmetres del pop-rock, mentre que la resta (26,4%) no ho fa.

Seria molt agosarat afirmar que l'homogeneïtat musical del pop-rock provoca un alt grau de passivitat en l'auditori infantil?

4- Aplicació de la taxonomia de Farnsworth en l'audició de temes musicals utilitzats en publicitat.

En qualsevol manual publicitari es posa de manifest el cúmul d'agradables sensacions que ha de suggerir i comunicar un anunci per captar l'atenció del futur consumidor. Evidentment, la música juga un paper primordial en aquest sentit i per poder comprovar si això era cert i provocava els mateixos resultats en un auditori infantil, es va dur a terme l'experiència de fer escoltar a tots els alumnes de Cicle Superior de l'escola, successivament, dotze fragments de temes musicals utilitzats en publicitat (13)

La quantitat i la durada de la sessió estava determinada per la capacitat d'atenció de l'alumnat i pel temps que es disposava per fer-les (màxim 30'), després d'haver explicat en què consistia l'experiència. Es tractava d'avaluar les respostes anímiques i/o emocionals a la música. Cada alumne de CS havia de situar cadascuna de les audicions en un dels deu grups d'adjectius elaborats per Hevner el 1.935 i posteriorment revisats per Farnsworth (14). Per confirmar els resultats es va tornar a fer l'activitat amb una segona adaptació reduïda d'aquesta taxonomia, amb la intenció que fos més comprensible per a ells. Els resultats van ser idèntics en les dues ocasions. En qualsevol cas hi va haver un gran domini dels grups A (alegre, feliç, festiu...) B (agradable, original, capritxós...) i D (tranquil, silenciós, somniador...)

Musicalment, tots aquests adjectius poden qualificar un ritme, una melodia o una harmonització.

5- Evolució de la música del segle XX. Situació cronològica d'un tema musical.

Aquesta activitat es podria haver fet amb qualsevol tema musical però, curiosament, el fet de dir als alumnes que es tractava de jingles publicitaris ha estat realitzada amb més motivació. L'explicació és fonamenta en la intervenció del factor sorpresa i de l'element lúdic amb la possibilitat de reconèixer i encertar de quin anunci es tracta. Aprofitant la situació propícia dels alumnes per contestar el test de Farnsworth, es va ampliar l'experiència fent-los-hi escriure intuïtivament al costat de cada número d'audició una A, una P o una J. Aquestes són les inicials que es corresponen als conceptes a) Avis, b) Pares i c) Joves. Era interessant saber com actua la intuïció en els nens per situar cronològicament un tema musical i a la vegada veure els criteris que utilitzen per fer-ho. Es va considerar més oportuna i fiable la utilització d'aquests termes que la

dels anys que correspondrien respectivament a:

- a) ... 1.940-1.950
- b) 1.960-1.970
- c) 1.980-1.990...

Els resultats van ser força aproximats i amb les explicacions i arguments que els alumnes han donat, ben segur que podríem elaborar un tractat de la música del segle XX.

Ens limitarem a escriure les respostes més usuals a la pregunta “*¿En què us heu fixat per posar una A, una P o una J?*”. Cadascú en podrà treure les seves conclusions.

A

És música que sona més antiga./ - És la música més diferent de la d'ara./ - Hi ha més instruments de vent./- Sonen trompetes./- Més bones veus./-Saben més música./- Més improvisacions (CS)/- Els instruments sonen més tranquils./ - Ritmes més lents/- El so és més clar. Els instruments es distingeixen més./- Quan canten no criden tant.

P

És més moderna./- Més ritme./- S'assembla més a la música d'ara./-”Ja comença el rock and roll”/- No hi ha tant de soroll com ara però més que a la dels avis./- Hi ha nous instruments, com la guitarra i la bateria elèctrica./- Et mous més./- Hi surten cors fent acompanyaments./- És més de discoteca./- No forcen la veu quan canten. (És més afeminada)/- Hi ha més repeticions que improvisacions. (CS)/- La pulsació és més ràpida. Tenen més marxa.

J

És la més moderna./- La bateria sona molt./- Les veus són més dures./- Hi ha molts instruments elèctrics./- La música és més variada que la dels pares./- Veus suaus, però també criden molt./- Molt de ritme./- Més rock. Et mous més./ - Més excitant i agressiu./- Són més ràpides.

6- Les diferents classes de gèneres musicals.

La Música Popular, en totes les seves variants (jazz, tango, salsa...) ha estat un dels fenòmens més significatius que en els camps de la comunicació i de l'estètica ha donat el segle XX, malgrat haver estat considerada per la historiografia de tradició burgesa un producte de segona categoria, pel fet que hi participen elements musicals de cultures considerades inferiors o de grups socials d'extracció proletària (15). Malgrat la importància de la Música Popular, des dels mass-mèdia només es difon la iconografia i el llenguatge d'un pop-rock que s'adapta a qualsevol situació mentre s'oblida la resta de producció musical, àdhuc de la Música Clàssica considerada tradicionalment la més “seriosa” per

ser escoltada a l'aula de música tot i que cada cop més deriva cap a l'experimentació, esdevé més elitista i s'allunya dels gustos populars.

Es pot comprovar que dins de la programació televisiva els espais musicals són minços i presenten gairebé sempre el mateix tipus de música (pop-rock).

7- La publicitat permet fer conèixer l'existència d'altres gèneres musicals als alumnes, els quals no ho poden fer per cap altre canal.

Amb les dades aportades en les experiències anteriors s'ha pogut percebre la varietat musical dels jingles publicitaris. Malauradament es posa de manifest el valor com a producte de consum i al servei del consum que té la música en la nostra societat, doncs és ben difícil poder escoltar un cert tipus de música fora dels espais publicitaris. D'aquesta situació cal treure'n profit i com a docents, (després de comprovar que els nostres alumnes descobreixen diferents tipus de música i d'intèrprets que potser mai coneixerien sense la publicitat televisiva), poder-ne incrementar els nostres recursos pedagògics. La següent experiència consisteix en fer-los escoltar una relació de dotze temes musicals desconeguts per a ells i que mai podran associar amb un anunci (15), però similars en l'estructura, en el tractament melòdic i harmònic amb molts dels utilitzats en els spots que han vist i escoltat. Els havien de puntuar de l'1 al 3 seguint l'ordre de preferència; fet que ens ajudarà a esbrinar si els nens descobreixen la música a través dels anuncis i l'aïllen de l'anunci o si per contra només els hi agraden uns temes determinats pel sol fet d'haver-los emprat en publicitat. Es pot comprovar que en aquest cas els resultats han estat diferents si es comparen amb els de l'experiència anterior. Els temes musicals més valorats han estat els que mantenen la configuració musical del pop-rock. En aquesta ocasió han imperat sobretot les raons extramusicals (modernitat, pertanyença a una generació o grup social, etc...).

8- Conclusió.

La conclusió que se'n deriva dels resultats de totes aquestes experiències, després d'haver utilitzat jingles publicitaris com a recurs didàctic a la classe de música, ha estat força interessant. Per una banda, els possibles dubtes sobre l'efecte nociu de l'ús d'aquest recurs intrínsecament manipulatiu són inferiors a l'aprofitament didàctic que ofereix.

Per altra banda, s'ha pogut comprovar que els nens, mitjançant la publicitat, coneixen i accepten una varietat d'estils musicals que no s'escolten gairebé mai pels mitjans de comunicació, ja que pels canals mediàtics domina la presència del pop-rock actual i de la seva estètica, fomentant la idea que aquesta música, pel fet de ser "contemporània", és millor. Criteri absolutament rebutjable perquè com sabem en l'Art el concepte de progrés no existeix, o millor dit, no coincideix amb el d'altres àmbits més tecnològics o científics.

Frank Sinatra / 5- Mustang Sally. Andrew Stong / 6- Blueberry Hill. Louis Armstrong / 7- La Morena de mi copla. Estrellita Castro / 8- Che La La. Renato Carosone / 9- Wonderwall. Oasis / 10- Crazy Rhythm. Django Reinhardt / 11- Dansa hongaresa n. 1. J. Brahms / 12- Son de la loma. Barbarito DÍez

(15) PÀMIES, J: *Del Rag al Pop*. Ed. Columna, Barcelona 1.996

10-Bibliografia.

ADORNO, Theodor W.: *Musique de cinéma*. L'Arche. París 1.972

ALSINA, P.: *El área de educación musical*. Graó, Barcelona 1.997

BALSEBRE, A.: *El Lenguaje radiofónico*. Cátedra. Madrid 1.994

FURONES, Miguel A.: *El mundo de la publicidad*. Colección Temas Clave 2, Salvat. Barcelona 1.980

GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús: *Narrativa audiovisual*. Cátedra. Madrid. 1.993

GARCÍA UCEDA, Mariola: *Las claves de la publicidad*. Vol. (IV). ESIC Madrid 1.995

HARGREAVES, D.J.: *Música y desarrollo psicológico*. Graó, Barcelona 1.998

LIPOVETSKY, Gilles: *El imperio de lo efímero*. Anagrama. Barcelona 1.990

MARCUSE, H.: *El hombre unidimensional*. Ed. Seix Barral. Barcelona 1.968

MERRILL, John C. i altres: *Medios de comunicación social. Teoría i práctica en Estados Unidos y en el mundo*. Ed. Fundación Germán Sánchez Rui Pérez. Madrid 1.992

PÀMIES, Joan: *Del Rag al Pop*. Columna. Barcelona 1.996

SÁNCHEZ GUZMÁN, J.R.: *Breve història de la publicidad*. Piràmide, Madrid 1.976

TOSCANI, Oliveiro: *Adiós a la publicidad*. Omega. Barcelona 1.996

M. Dolors Olivé

ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ I LA MÚSICA EN ELS LLIBRES DE TEXT

Araceli Viñes

Professora de Música a Secundària



Un dels temes que el grup de treball de música de l'ICE, dins de l'àmbit de l'educació musical i els mitjans de comunicació, va trobar interessant de tractar va ser quina era la visió que donen els llibres del text de música sobre la relació entre la música i els mitjans de comunicació. El que es va proposar el grup de treball no va ser fer una anàlisi exhaustiva de tots els llibres de text de música del mercat, sinó que hem analitzat els llibres de text que els membres del grup de treball utilitzem a l'aula (i que són dels més utilitzats per la majoria del professorat d'ESO) i d'altres que teníem a l'abast. Per tant, els resultats només són indicatius, i no en podem extreure conclusions definitives.

L'anàlisi dels llibres està ordenada en dos blocs: els que no tracten el tema o que el tracten superficialment (Bloc 1) i els que el tracten més a fons (Bloc 2).

Bloc 1

L'editorial **Vicens Vives** basa l'estudi de la música a secundària en el llenguatge musical i l'audició, des d'un enfoc molt clàssic i no relaciona en cap moment la música amb els mitjans de comunicació.

L'editorial **Claret**, en el llibre del segon crèdit, dedica la unitat "*Informàtica i música*" a l'explicació del maquinari informàtic, del sistema MIDI, de programes informàtics i del llenguatge digital.

Els llibres corresponents al segon cicle tracten d'història de la música i no es fa referència als mitjans de comunicació, ni quan es treballa la música del segle XX.

En el llibre de primer cicle de l'editorial **Eumo** no hi cap referència a la música i als mitjans de comunicació. En el llibre de segon cicle, en la unitat 0, que és introductòria, hi ha un apartat que es titula "La música forma part de la nostra vida" i es refereix als canvis produïts en la percepció i en la relació que tenim actualment amb la música, gràcies als mitjans de comunicació

L'editorial **Casals** tracta superficialment el tema en el primer cicle. En el llibre de 1r d'ESO, que es centra en el llenguatge musical, proposa algun exercici que s'ha de realitzar amb mitjans informàtics i hi ha temes musicals de bandes sonores per ser interpretats per l'alumnat. A 2n d'ESO hi ha una unitat en què es relacionen les qualitats del so amb els instruments electrònics. En els llibres de segon cicle no es tracta la relació dels mitjans de comunicació i la música.

L'editorial **Castellnou** divideix la música a l'ESO en quatre llibres, un per crèdit. En el primer, a les unitats 9 i 10, es treballen els temes musicals de dues pel·lícules: *West Side Story* i *Carros de Fuego*. A la unitat 11 es parla dels vídeos***. En el segon, no s'ha trobat cap referència sobre música i mitjans de comunicació. En el llibre del crèdit tercer hi ha una unitat (la primera) que parla de música i tecnologia: explica el procés de gravació, la ràdio i la televisió. La unitat 8 parla del cinema. En el 4t crèdit, a la pàgina 35 s'explica el naixement de la banda sonora i el sistema *dolby* i a la pàgina 38 es treballa el musical *Un americà a París*.

En els llibres de primer cicle de l'editorial **McGraw Hill**, quasi no es tracta el tema. En el *Crescendo* (1r crèdit) hi ha alguns exercicis que s'han de realitzar amb mitjans informàtics i hi ha una audició sobre un tema de la pel·lícula musical *Sonrisas y Lágrimas*. Als llibres del segon i tercer crèdit (*Gamelan* i *Discantus*) no hem trobat cap referència relacionada amb música i mitjans de comunicació. En canvi en el llibre titulat *Cluster* (4t crèdit), quan parla de la història de la música *pop-rock* sí que explica quina ha estat la importància dels mitjans de comunicació en el desenvolupament de la música moderna. En l'apartat dedicat a les dècades dels 80 i 90 s'explica per sobre l'aparició del *videoclip* i la seva importància com forma de promoció. En la part dedicada a la música catalana, es menciona com la ràdio i la televisió van afavorir l'aparició de cantants en català gràcies al V festival de la Cançó Mediterrània, però no deixen de ser referències superficials que es fan de passada. Les unitats 5 i 6 són les que parlen més en profunditat d'aspectes relacionats amb música i mitjans de comunicació. La unitat 5 (pàgs. 75-85) s'estructura en els següents apartats: "Sistemes d'enregistrament del so" (el disc, la cinta magnetofònica i el disc compacte), "La reproducció del so" (els dispositius lectors, l'amplificador, l'equalitzador i els altaveus) i "L'amplificació del so en un concert" (La captació del so, la mescla, l'amplificació i els monitors). També es proposen exercicis sobre els conceptes treballats. La unitat 6 es divideix en: "Música i publicitat", "Música i teatre" (La sarsuela i el teatre actual) i "Música i cinema" (pàgs. 88-97). L'explicació es reforça amb exercicis, molts a partir d'audicions de diferents fragments musicals

L'editorial **Graó**, en el llibre de primer cicle d'ESO, només proposa alguns exercicis: un qüestionari sobre música i imatge, i un exercici sobre el paper de la música al cinema en què es relaciona música, imatge i caràcter. En el llibre de segon cicle d'ESO, es parla de música i mitjans de comunicació en la unitat 5, que porta per títol "Arts, espectacles i música". Aquesta unitat està dividida en: música i cinema, música i comunicació (televisió i ràdio), música i arts escèniques i música al servei d'altres llenguatges, on i hi ha una explicació sobre el so enregistrat i la seva evolució. En el quadern d'exercicis de segon cicle (núm. 4) hi ha una unitat titulada "Música

aplicada”, en la qual es plantegen les següents activitats:

- Anàlisi d’anuncis i del paper de la música en aquests.
- Anàlisi de *video-clips*, establint l’estreta relació que hi ha entre la música i les imatges d’un *video-clip*.
- Exercici en que es treballa sobre els diferents tipus d’enregistrament i la seva evolució.
- Exercici en què es relacionen els mitjans audiovisuals amb les diferents funcions que pot tenir la música.

Una altra unitat que porta per títol “Músiques de pel·lícula” tracta de la influència de la música en el tractament i el significat de la imatge a través de l’anàlisi de bandes sonores.

Bloc 2

Les dues editorials que globalment donen més importància a la música i els mitjans de comunicació són Teide i Santillana, tant pel que fa a l’explicació teòrica, com pel que fa a la part pràctica, amb propostes d’exercicis individuals o en grup.

Els llibres de l’editorial Santillana de primer cicle es refereixen a la música i els mitjans de comunicació en l’apartat “Parlem de música” al llarg de diferents unitats i en l’últim apartat d’aquestes, que porta per títol “Notícies musicals” i on s’amplien conceptes que ja han aparegut en l’explicació teòrica.

- Llibre 1:

Unitat 1: Parla del nostre entorn musical actual donant un tracte superficial a la influència dels mitjans de comunicació.

Unitat 2: Comenta els nous camps professionals per als músics gràcies al desenvolupament dels mitjans de comunicació.

Unitat 8: S’explica l’evolució de la gravació, la gravació elèctrica i la magnètica i el so estéreo.

Unitat 9: Parla de la ràdio fent les següents subdivisions: història de la ràdio, la ràdio i la música, la ràdio i la música avui dia. També proposa dos exercicis: Estudiar diferents emissores i el tipus de programació i gravar un informatiu radiofònic il·lustrat amb música. A l’apartat “Notícies musicals” s’explica l’anècdota que protagonitzà O. Wells amb l’adaptació de *La guerra dels mons* i com es fan les llistes d’*Els 40 principals*.

Unitat 10: Tracta de la televisió amb els següents apartats: televisió, música i televisió, *videoclips* i cadenes especialitzades. A la part pràctica es demana a l’alumnat que compari un programa musical de varietats., un concert de música clàssica i un *videoclip*. També se li demana la comparació d’un concert de música clàssica retransmès per televisió i la mateixa obra en CD. En un altre exercici ha d’analitzar anuncis que destaquin per la música i ha d’establir la relació entre el tipus de música i el grup de consumidors a qui va destinat el producte.

A la part destinada a “Notícies musicals”, hi ha informació sobre xifres sobre la televisió, organismes televisius internacionals, el primer *videoclip* de promoció i la primera pel·lícula que sincronitza dibuixos i música.

- **Llibre 2:**

Unitat 6: A l'apartat titulat “Música i estils” parla de música i de cinema i del compositor de música cinematogràfica John Williams i a “Notícies musicals” hi ha una notícia sobre cinema musical.

Unitat 9: S'introdueixen conceptes sobre la indústria musical, la producció musical, les grans companyies, independents i pirates i els drets d'autor. A “notícies musicals” s'amplia la informació sobre aquest punt i també es parla dels discos d'or.

Unitat 10: Aprofundeix en la gravació parlant de la gravació analògica i digital, els suports actuals i el futur dels suports musicals. A “Notícies musicals” es parla de la música a Internet, de la invasió dels CD i de la música comprimida (DVD).

Els llibres del segon cicle es centren en la història de la música i estan estructurats de diferent manera que els de primer cicle. El llibre del tercer crèdit explica la història de la música fins el segle XIX i només a la pàgina 85, en l'apartat “Música i societat” parla de la importància de la impremta per a la difusió de la música. En canvi, el quart crèdit està dedicat íntegrament a la música del segle XX i hi ha unitats senceres dedicades al tema que ens interessa.

- **Llibre 4:**

Unitat 1- *La difusió de la música*: Explica la història de la difusió de la música, de la música impresa, de l'ampliació del públic i de la constant presència de la música a l'actualitat. A part d'un qüestionari sobre els conceptes presentats a la unitat, es proposa realitzar una enquesta sobre la música ambiental.

Unitat 7- *Música i cinema*: el cinema mut, el cinema sonor, la primera generació (1930/40), la segona era (1950/70)0/40), i la música al cinema. També hi ha un qüestionari sobre el contingut de la unitat, un treball en grup que consisteix a realitzar un muntatge audiovisual amb diapositives sobre algun tema, realitzar fitxes de pel·lícules i buscar informació sobre compositors que hagin obtingut l'Òscar per la millor banda sonora en els últims 10 anys.

Unitat 9: a l'apartat “Música i societat” hi ha un text sobre la influència de la ràdio i el consum de música.

Unitat 10- *Noves tecnologies*: els sintetitzadors, el sistema MIDI i la informàtica musical Internet (aquest darrer apartat és tractat molt superficialment).

Unitat 11- *A l'estudi de gravació*: la música enregistrada, la feina a l'estudi, els professionals de l'enregistrament i per últim, la música clàssica. A la part d'activitats, hi ha preguntes referides a l'explicació teòrica, un exercici perquè

l'alumnat es fixi en els professionals que intervéen en un enregistrament i un treball en grup en què s'ha de realitzar un muntatge sonor enregistrat.

A l'apartat "Música i societat" hi ha un text sobre que és millor, un concert o una gravació.

L'editorial Teide segueix l'estructura d'un llibre per crèdit. En els crèdits de primer cicle es tracta la relació de la música i els mitjans de comunicació, sense aprofundir gaire en la part teòrica, ja que el projecte de Teide pel primer cicle és molt procedimental i, però sí que trobem propostes d'activitats pràctiques individuals o en grup.

- **Llibre 1:**

Unitat 1- *Presentació*: L'alumnat ha de dir quantes hores i on escolta música i fer un llistat d'ocasions en què escolta música involuntàriament. Tot seguit, s'analitza el tipus d'escolta que es dona a l'actualitat i es relaciona amb els aparells de reproducció i amb els mitjans de comunicació. Una activitat sobre aquesta qüestió és fer un llistat de programes setmanals de televisió i ràdio dedicats a la música.

Unitat 2- *El so, material de la música*: Han de realitzar un exercici en grup que consisteix a crear l'ambient sonor de quatre escenes de diferents tipus.

- **Llibre 2:**

Unitat 5- *Caràcter i expressió*: Hi ha un exercici en grup, que ve a ser una ampliació del que es fa en el primer crèdit; es tracta de compondre la banda sonora per a una escena d'un *thriller* i s'han de basar en un text que explica els recursos més corrents que s'utilitzen per accentuar l'expressivitat en música.

Unitat 11- *Músiques del món*. Hi ha un text introductori en que menciona els mitjans de comunicació com un dels elements que ha facilitat molt la possibilitat de conèixer músiques molt diverses.

A més, al llarg dels dos llibres hi ha activitats sobre llenguatge musical que cal realitzar amb suport informàtic.

Els llibres per al segon cicle tracten el tema d'una manera més teòrica i amb més profunditat, sense oblidar la part pràctica.

- **Llibre 3:**

Unitat 10- *El so, aplicacions tecnològiques*: es divideix en els següents apartats: les noves tecnologies aplicades al so, producció electrònica del so, enregistrament del so (l'estudi de gravació i el suport), reproducció (components d'una cadena d'alta fidelitat) i el so i l'ordinador (camí de la informació musical). Les propostes d'activitats són les següents una audició d'un fragment d'una obra de J. Cage i una altre d'una obra contemporània creada amb ordinador, l'enregistrament de cods diferents enllaçades, l'anàlisi comparativa de dos textos sobre la validesa de la música enregistrada, fer una estadística sobre les emissores de ràdio que s'escolten més entre l'alumnat de classe, redactar un

informe sobre l'estat de la cadena musical de l'alumne i crear una peça amb una melodia i quatre *riffs* donats, treballant-la amb l'ordinador.

- **Llibre 4:**

Unitat 6- *El segle XX*: ruptura i experimentació: Hi ha una explicació amb textos de suport sobre la música cinematogràfica. Quan es parla de com reconèixer la música del segle XX, es menciona la importància dels mitjans de comunicació en la seva difusió i estètica. En l'apartat d'exercicis, es proposa l'anàlisi del tractament musical d'una pel·lícula.

Unitat 10- *El present*: dins del bloc 2 dedicat a l'evolució de la música a Catalunya, és una unitat que parla de diversos aspectes relacionats amb la música i els mitjans de comunicació. En la secció "Gustos i influències", explica l'estreta relació que hi ha entre els gustos musicals i els mitjans de comunicació. En la secció titulada "Compositor", parla de l'interès dels compositors actuals per estils molt variats: música especulativa, *jingles*, sintonies, bandes sonores, teatre musical... també explica què és l'SGAE i quines són les seves funcions. En l'apartat "Partitura", fa referència a que hi ha poques editorials de música impresa a causa de la difusió massiva de música enregistrada i en el que es titula "El públic" aprofundeix en el que s'ha explicat en l'apartat "Gustos i influències". Hi ha diversos exercicis que reforcen l'explicació teòrica. Un és seguir durant una setmana la vida musical a Catalunya a través de la premsa diària. En un altre, l'alumnat ha de fer una llista de les publicacions sobre música que hi ha al mercat, especificant l'estil de música en què s'especialitzen i on s'editen. Per acabar, hi ha dos exercicis sobre els gustos musicals de l'alumnat: un debat i un qüestionari.

Encara que amb l'anàlisi feta no es poden establir conclusions definitives, sí que es pot veure que els llibres de text de música que parteixen d'un enfoc més clàssic, que posa l'accent en el l'estudi de la música sense vincular-la massa amb el seu entorn i en l'estudi de la història de la música anomenada «clàssica» o «culta», tracten molt superficialment el tema. El més freqüent és dedicar una unitat a la música i la tecnologia (música i informàtica, música i reproducció o música i mitjans de comunicació).

Els llibres de text amb una concepció del fet musical més vinculat a l'entorn més pròxim de l'alumnat i més oberta a tota la diversitat musical que ens envolta, tracten el tema amb més profunditat i li donen més pes, tant pel que fa a continguts teòrics com pel que fa a propostes d'activitats.

Esperem que la difusió dels resultats d'aquesta tasca portada a terme pel grup de treball de música de l'ICE sigui d'utilitat pel professorat interessat en treballar el diferents aspectes que envolten a la relació entre música i mitjans de comunicació.

Bibliografia

CATEURA, M. (1997) *Música. ESO*. Barcelona Ed. VICENS VIVES

RODA, J.A/ FARRÉ, I (1997) *Clau 1, 2 3 i 4* Barcelona Ed. CLARET

ALAMANY, R / SABATER, R (1998): *Música* (1,2,3,4). Barcelona. Ed. Teide.

BERNÚS, C. / DALMAU, C. / DOMEQUE, M. / LAGARRIGA E. / SEGALÈS, E. / SUÁREZ, J. (1995): *A tota música* (1,2). Barcelona, Castellnou edicions.

CANO, M / MARTÍNEZ, J / MAYOL, J.M^a. (19): *Crescendo, Discantus Gamelan*. Madrid, Ed. McGraw-Hill.

COLOMÉ, J / MAESTRO, M (1997): *Música* (1,2,3,4). Barcelona. Ed. Casals.

OLIVERAS, I. / TAIXÉS, I. / TELL, R (1997): *Música* (1r cicle i 2n cicle). Barcelona. Eumo editorial.

V. V.A. A. (2000): *Música* (1.2,3,4), Barcelona. Ed. Santillana.

V.V.A.A. (1987): *Graó - Música* (1r cicle i 2n cicle). Barcelona. Ed. Graó.

FREEMUSIC. MÚSICA I INFORMÀTICA EDUCATIVA DE FRANC

Raül Juncos

Professor de Música a Secundària



Introducció

Dintre de l'extens àmbit de la Música i els mitjans de comunicació, ningú nega el rol important i enriquidor de les eines digitals als nostres temps.

L'aplicació del "món del silici" a tots els terrenys, i molt concretament a l'artístic-musical ha creat nous tipus de compositors, intèrprets, crítics, oients,...

Es per aquestes raons que, des de l'àmbit educatiu, com a formadors, hem de donar als nostres alumnes (des d'escoles, instituts, conservatoris,...) les bases per que, al futur més immediat, tinguem ciutadans culturalment formats, amb criteris i opinió pròpies i crítiques. A més, recordem que aquestes mateixes eines digitals ens permeten ensenyar a l'alumne conceptes tradicionals, amb l'avantatge que el percentatge de motivació, amb aquestes eines, el tenim garantit.

Per aquestes, i moltes altres raons, jo defenc i practico la docència de la matèria de Música amb eines digitals (afegides a les tradicionals, evidentment), sobre tot amb ordinadors capacitats per aquest tipus de matèries "multimèdia". Són, a l'hora, eines cap un objectiu, però també un mitjà d'expressió i comunicació, com més endavant explicaré.

El fet que als centres d'ensenyament no tinguem grans pressupostos (i molt menys per matèries com la Música) ens obliga a buscar altres fórmules diferents a la compra de llicències "oficials" de programari car i, a sovint, impensable dins un centre educatiu. Per aquest motiu presento l'opció de programari amb cost zero (freeware (gratuït per temps il·limitat) o shareware (gratuït dins un període d'avaluació), i les seves aplicacions.

Les diferents vertients a aplicar

Aquest comunicat es basa en l'experiència pròpia, de forma que en queden molts objectius no practicats, i moltes idees que aniran sortint amb l'experiència.

Si dividim l'aprenentatge de la Música en "sectors", ens podríem trobar:

- Història de la Música
- Llenguatge Musical
- Pràctica Instrumental - Interpretació
- Formes Musicals
- Grups Instrumentals
- Audicions
- Creació Musical,...

Amb totes i cadascun d'aquests ítems podem aplicar, juntament amb la insubstituïble classe i eines tradicionals, eines informàtiques. De totes aquestes possibilitats, passo a comentar la meua experiència.

Experiències

Per pràctica de les característiques del so, utilitzo activitats fetes amb el productiu **CLIC**, un programari que tots els centres tenen, coneixen i haurien d'explotar més. Les activitats, per exemple, de **ritme** proposades són força interessants. Per conèixer les diferents **altures** del so de l'escala diatònica, o discriminar **esquemes rítmics** diferents també hi ha activitats ja fetes.

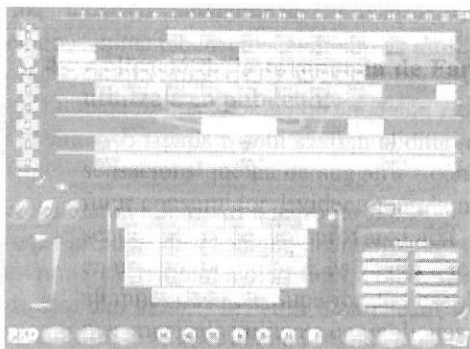
El CLIC és un freeware intuïtiu, que els alumnes coneixen per les diferents matèries (Música, Llengües, Matemàtiques...).

Per la pràctica de l'àrea de **llenguatge musical**, proposo fer servir dos tipus de programes: el CLIC, per la seva facilitat i per coherència de treball, i un **editor de partitures**, per donar un primer marge de creativitat a l'alumnat. Personalment faig servir el paquet d'activitats de Llenguatge Musical que distribueix el PIE (creat per la Cristina Fuertes). Una vegada han assolit els objectius mínims, amb l'editor de partitures Music Time, distribuït a tots els centres des del Departament d'Ensenyament, els "convido" a escriure les melodies treballades a classe. Donat que el nivell de dificultat de conceptes creix paral·lelament amb el perfeccionament de l'ús d'aquest programa, és una de les activitats que poden utilitzar-se durant tot el currículum de Música.

Respecte al treball de les característiques de la Música, vaig combinant diferents eines, com són: per treballar l'**instrumentació** utilitzo els anteriors exercicis fets amb Music Time i ensenyo a canviar el timbre de cada instrument, de forma que poden proporcionar diferents instrumentacions d'una mateixa obra, i comprovar els resultats. És molt important el fet que tot el que es va treballant a l'aula d'informàtica pugui ser escoltat ¡immediatament!, i sense assaig previ. Aquest fet anima els alumnes al treball acurat i amb resultats òptims.



El treball de la **melodia** es treballa, amb més o menys intensitat, aprofitant els exercicis de llenguatge musical propis o com a producte d'una transcripció del llibre o apunts a l'ordinador. Així mateix, les activitats de ritme del CLIC, com s'ha senyalat anteriorment, també assolixen molts objectius.



El treball de la **dinàmica**, com a pas previ a un treball més profund, que personalment anomeno "treball d'estudi", es realitza amb l'altre tipus de programari de Música: els **seqüenciadors**. Actualment hi ha molts tipus d'aquests que, pel nostre nivell, encara podrien pecar de ser "massa bons". Per continuar amb el programari que s'utilitza als cursos del PIE, aconsello el seqüenciador Cakewalk. Personalment utilitzo la versió "Cakewalk Express Gold", un seqüenciador complet i gratuït, que ha sigut publicat a varies revistes i que es pot aconseguir a Internet.

Amb aquest software treballen l'evolució de la dinàmica, i el que jo faig es utilitzar el format **MIDI** per traslladar els exercicis fets amb Music Time (partitures generades pels alumnes) i modificar intensitat amb el seqüenciador. A partir d'aquí, es poden ampliar les opcions, podent afegir-hi timbres, efectes, ..., i, si disposem d'una targeta compatible Sound Blaster 64 o superior (targetes de so amb una mínima qualitat), tindrem unes petites creacions artístiques molt dignes, pensades, cuinades i presentades pels propis alumnes.

Però aquestes són unes poques activitats en els temes de qualitats del so i de la música. A més, existeixen paquets d'activitats CLIC per treballar **Història de la Música**, sense descuidar l'enorme quantitat de CD-ROM sobre compositors "clàssics" que es distribueixen amb diaris i revistes (es poden aconseguir, en molts casos, parlant directament amb l'editorial de la publicació).

Per acabar amb més utilitats del Music Time, destacar el fet que és un programari que funciona amb Windows (3.x, 9.x i NT), i possibilita, per la seva "compatibilitat", obrir molts tipus de fitxers de música. Si tenim connexió a Internet, podem aconseguir unes **50 partitures** de qualsevol tipus de música en menys de 10 minuts, que després poden ser **treballades, estudiades i retocades pels alumnes**, fent servir aquest programa, a més d'escoltar els resultats amb el mateix sw, mercè un petit seqüenciador (no tant potent com el Cakewalk) que incorpora.

Respecte a la **creació musical pròpia**, personalment aposto per estils de música moderns, que siguin capaços "d'enganxar" l'alumne. Amb un programa seqüenciador com és el Ejay Music, els alumnes treballen les **formes musicals** bàsiques. L'interès d'aquest tipus de programari radica en el fet que no hi ha partitura, sinó petites seqüències (samples) de dos, quatre o vuit compassos pregravades, de forma que l'alumne sols es preocupa d'ordenar seqüències, entre més de 30 possibilitats. El professor demana una forma tripartita ABA, i l'alumne decidirà, en aquest cas concret, entre el

tipus de música Dance, Hip Hop o Rave. També pot decidir que afegeix una introducció i/o una coda.

Com a provatura final, estic treballant, sempre al final del curs, de guardar les diverses produccions del alumnes en format compatible amb lectors audio (.wav) i **editar un CD amb totes les obres**. Aquí arribaria el que he anomenat "treball d'estudi", doncs implicaria tractar temes com millora de qualitats, control del temps, connexió d'altra tipus d'aparells (taula de mesclades, gravadora de CD o equip digital de gravació, sintetitzador,...). Donat que requereix una bona preparació, aquest apartat l'intentaré muntar al curs 2000-01, juntament amb la darrera idea d'aquest comunicat, i veritable excusa d'aquest treball dins els mitjans de comunicació: **Internet**.

Aprofitant el fet que tots els centres disposen d'un espai a Internet, i coneixent la innumerable llista de llocs on crear, sempre gratuïtament, pàgines web, aquesta exposició no és complerta si no es treballa la navegació i publicació a Internet. Dos són les vies de treball (per ara): una, la **recerca d'informació musical** (sabent que tots els temes musicals estan tractats i desenvolupats a la Xarxa) i un altra via és al **publicació a Internet dels treballs dels alumnes**. La primera via ja l'he treballada, amb recerca de partitures, informació de compositors i artistes, llocs de compra-venda de música, MP3,... i depèn de l'interès en aquell moment, segons el tema que s'estigui desenvolupant.

La creació de pàgines web amb el treball dels alumnes s'ha simplificat força, sobre tot al darrer any. Amb un programari nomenat AceExpert 2 es pot crear pàgines web, amb un tractament de la part multimèdia simple i intuïtiu (no cal ser dissenyador de pàgines web). Amb el programa Massiva podem seqüenciar les obres i fer-les compatibles amb el llenguatge d'internet, el HTML. I el més important, podem amb Hyperceive donar la difusió adient al treball dels alumnes dins la xarxa de xarxes.

Aquí he presentat un petit recull de possibilitats. Tots sabem que el més important es posar-s'hi, però els resultats justifiquen tots els esforços. Alumnes amb mancances han assolit bastants objectius amb aquestes eines. I queden més, grups de treball, grups de conversa, grups de notícies especialitzats, intercanvi d'experiències amb qualsevol racó del món,... Veritablement, si la música i els mitjans de comunicació han estat sempre agafats de la mà, ara és el moment de parlar de mitjans de comunicació al servei de l'ensenyament de la Música.

Programari presentat. On trobar-ho?

He intentat exposar programari a l'abast de tothom (evitant difusions d'altres països, per exemple) i sempre PROGRAMARI GRATUÏT, bé per estar present a Internet o estar distribuït per alguna publicació. A continuació dono alguns llocs on trobar tots els programes referits en aquest comunicat (i en constant ampliació), encara que a la meua pàgina a internet podreu trobar actualitzada tota la informació de forma contínua:

NOM	Entitat	Internet
CLIC	Departament d'Ensenyament	http://www.xtec.es/recursos/clic
Activitats CLIC	Departament d'Ensenyament	http://www.xtec.es/recursos/clic
Music Time	Departament d'Ensenyament	
Ejay Total	Revista Computer Music Núm. 7	http://www.lar.es/
Cakewalk	Departament d'Ensenyament	
Cakewalk Express Gold	Revista Computer Music Núm. 11	http://www.lar.es/
Eines internet (Massiva,...)	Revista Computer Music Núm. 13	http://www.lar.es/
Partitures, mp3,...		http://www.mp3.com http://es.dir.yahoo.com/Espectaculos_y_diversion/Musica/ i milers de pàgines més.
Aquest comunicat	Raül Juncos	http://www.xtec.es/~rjunco

Raül Juncos

LA MÚSICA I LES NOVES TECNOLOGIES

Sònia Vives

Professora de Música a Secundària



Els mitjans de comunicació han modificat les relacions humanes de la nostra societat. Parlem dels canvis socials que han comportat els mass-media com la televisió la ràdio, els ordinadors, el cinema...

Però més concretament ens interessa la relació entre la música i les noves tecnologies. Quines conseqüències directes han suposat les noves tecnologies per la música? I el consum musical? i l'aprenentatge a l'aula amb el suport d'aquest mitjans? Com afecten al nostre alumnat? Com ensenyar?

De ben segur, en les vostres classes heu escoltat més d'un cop: per què no escoltem la cinta de...? Podríem navegar a internet? Podem veure alguna cinta de vídeo? Podríem tocar la cançó del llibre? Són alumnes consumidors d'aquest mercat actual

La recerca de respostes ens portà a un equip integrat per: Teresa Cambra, Cristina Fuertes, Miren Garralda, Raül Juncos, Araceli Viñes i Sònia Vives a treballar sobre el tema en dues vessants: per una banda la recerca bibliogràfica sobre el tema i la segona, el treball directe sobre els alumnes (informació de les preferències dels alumnes, l'impacte directe dels medis de comunicació) i el seu aprenentatge.

Aquest escrit és doncs el resultat de les reflexions i experiències que es qüestionen què vol dir aprendre música en la societat de la informació i la comunicació.

- La banda sonora

Ens referim a la banda sonora no només en el cinema sinó en el sentit ampli, també, a qualsevol enregistrament sonors que acompanyi imatges. Caldrà afegir la publicitat, els vídeo clips, els vídeo jocs...

Com es treballa a l'aula una banda sonora? Podem descriure com s'elabora una banda sonora, quin procés segueix, Com treballen els compositors i quines són les millors bandes sonores?, quina funció té l'espectador respecte al fenomen sonor?

Respecte a la recerca bibliogràfica hem d'assenyalar que en vàrem trobar de tres tipus diferents:

A) Bibliografia de divulgació

Hi ha tot un repertori d'enciclopèdies i compacts de les millors bandes sonores i una llarga història del cinema, dels millors anuncis de l'any, recopilacions diverses que poc tenen a veure amb la formació de l'alumnat dins del món audiovisual.

Aquest tipus de literatura separa la banda sonora de l'imatge pel qual fou creada. Així doncs, quina és la seva finalitat? Potser simplement comercial?

B) Bibliografia tècnica.

La major part de aquesta bibliografia està centrada en com treballar una banda sonora; quina relació cal establir amb la imatge, però no en com aprendre

Destaquem, no obstant, les aportacions de Ferrés i Maquinay, sobre la banda sonora en el món de la publicitat:

Per J. Ferrés, la música forma part d'un tot unitari que ha de connectar amb el contingut que es pretén comunicar en el programa. Per aquest motiu cal una planificació anterior a les imatges. En lectures de: **Dimensions instrumental, semàntica i estètica, Consells tècnic expressius per l'enregistrament, dimensió del disseny audiovisual** (articles tots ells inclosos en **Departament d'Ensenyament (1990) Per a una didàctica dels mitjans audiovisuals. Generalitat de Catalunya. 1a edició**. Aporta consells pràctics sobre com ha de ser un enregistrament de la banda sonora, quines funcions té la música en els anuncis, perquè les cançons són un bon reclam publicitari, quina funció té el leitmotiv musical...

Per la seva part, Maquinay aprofundeix en com és el discurs publicitari i sobre tot perquè la publicitat té una repercussió social tant important. Per a ell el discurs televisiu especialment el discurs publicitari substitueix la transmissió de valors i comportaments ètics que antigament corresponia a la família.

Ambdues informacions foren interessants per l'estudi posterior d'un grup d'alumnes de 3r ESO sobre la música i la publicitat durant el curs 1999 en IES Salvador i Pedrol dels quals en parlarem més endavant

Del món del cinema en destacarem dos autors:

CUETO, R.: CIEN bandes sonoras. Nuer Edicions

ja que en una primera part del llibre explica els diferents tipus de funcions de la banda sonora, escriu força exemples, malgrat que no sempre són clars però donen una idea més o menys aproximada de quina funció té la música dins el cinema.

FALCÓ, LI. L'anàlisi de la música cinematogràfica com a proposta didàctica

Proposa una sèrie de pautes de com treballar fitxes de cinema dins l'aula, sobretot dins l'àmbit de secundària.

C) Bibliografia sobre projectes a l'aula:

Destaquem

Aplicacions didàctiques de les noves tecnologies. Canvis i permanències en els entorns d'aprenentatge que utilitzen les noves tecnologies. GUIX núm. 248

L'article fan referència al tractament dels mitjans audiovisuals, d'una forma més tècnica per part d'alumnes de primària. En cap cas hi ha creació musical.

L'aproximació aquest treball té diferents vessants: taller de contes, quan la classe juga a les videonovel·les, muntatge audiovisual assistit per ordinador, l'anglès multitecnològic, creem i elaborem un CD-rom a l'escola.

Val incloure en aquest cas, els resultats de les experiències realitzades amb els nostres alumnes:

1. En primer lloc, en el centre de Sant Joan Despí, IES Salvador i Pedrol, alumnes de 3r d'ESO sobre publicitat. Passats deu anuncis, els alumnes mitjançant un qüestionari guiat n'havien d'escollir tres i analitzar-los. La major part dels alumnes escolliren alguns coneguts com els de Martini o el d'Amena. Per què?

(Resultats comentats en Power Point)

Durant el curs 97-98 els alumnes de 1r ESO de l'IES Francesc Ferrer i Guàrdia van realitzar una audició sobre bandes sonores

Després d'un treball realitzat a l'aula sobre el cinema i les bandes sonores, (principalment visionat dels fragments més interessants de les pel·lícules que estaven programats per a l'audició) arribà el concert. L'objectiu principal era que entenguessin les diferents funcions de la banda sonora en el cinema però el resultat va ser desastrós.

No era res més que una audició comentada i en cap cap el cinema era visible sinó fos per els cartells que els músics havien portat per ambientar l'escenari. Tot i ser una bon concert, els alumnes no varen entendre res. Un dels factors que possiblement afectaren fou l'edat dels alumnes ja que en posteriors exercicis a classe els resultats foren uns altres

2. El Test de Hevner. En l'IES Francesc Ferrer i Guàrdia, el curs 99-00 en un grup classe de 12 alumnes de 4t d'ESO en relació a la música de cinema

Realitzaren la següent prova: escoltant una audició concreta de música actual, prèviament seleccionada, havien d'escollir un adjectiu entre vuit possibles. Al costat de cada adjectiu tenien unes mínimes referències del ritme, tempo, tessitura, mode, melodia i harmonia.

Els resultats foren interessants: 9 dels alumnes varen escollir, la mateixa categoria, 2 un altre i 1 no contestà.

L'exercici iniciava als alumnes en com esbrinar el caràcter d'una banda sonora, el treball previ dels compositors a l'hora d'escollir aquells elements

que més provoquin a l'espectador en funció del contingut de la imatge que posteriorment ha d'acompanyar.

1- L'informàtica musical a l'aula

De nou trobem tres tipus de material:

- A) Bibliografia sobre l'educació i les noves tecnologies
- B) Bibliografia sobre la música i les noves tecnologies

Val a dir que, la documentació observada apunta sobre la importància i necessitat d'educar als alumnes amb els ordinadors. De nou la major part d'informació versa sobre com han de ser els continguts però cap informació directe de com treballar amb els alumnes.

Destacarem dos autors:

BANGEMANN, M. (1994): Informe Bangemann sobre Europa i la societat global de la informació. Recomanacions al Consell d'Europa, Citat sense indicació de procedència exacta en. CORNELLA, A.- RUCABADO, J. (1996)

Dona consells a la Comunitat Europea en matèria de telecomunicacions:

A tot el món, les tecnologies de la informació estan generant una nova revolució industrial que ja pot considerar-se tan important i profunda com les seves predecessores. És una revolució basada en la informació, la qual és en si mateixa expressió del coneixement humà. Avui el progrés tecnològic ens permet processar, emmagatzemar, recuperar i comunicar informació en qualsevol de les seves formes –oral, escrita o visual– amb independència de la distància, el temps i el volum. (M. Bangemann, 1994)

ORDINAS, J. (1988): Música eléctrica. Madrid. Ed. Montena Aula.

Comenta les principals aportacions del nostre segle XX, l'electricitat i les seves conseqüències per al món de la música:

...es imposible comprender la música de nuestro siglo sin ser conscientes de la influencia que los medios eléctricos de reproducción y creación sonora han ejercido en la música y en el papel que ésta representa en la sociedad.

La música es una de las artes que más se ha visto influenciada por las innovaciones científicas. Los avances tecnológicos no sólo han cambiado la música en sí misma, dando lugar a nuevos sonidos y modificando la manera de componer, sino que también han transformado grandemente nuestro entorno acústico, es decir, lo que podríamos llamar nuestro paisaje sonoro. Todos estos cambios han modificado la manera en que nos enfrentamos a la música, y nuestros hábitos de escucha son muy distintos ahora respecto a los de hace sólo unas décadas. (p.10)

C) Bibliografia sobre l'educació musical i les noves tecnologies

Malauradament només hi ha una sola referència en aquest camp, fruit del contacte directe i del treball dia a dia amb l'alumnat i els ordinadors

FUERTE, C. (1996): *Informática y Educación Musical en Comunicación educativa y nuevas tecnologías*. Barcelona. Editorial Praxis.

Heus en resum els principals avantatges per els alumnes d'aprendre mitjançant la informàtica: motivació per la novetat que suposa l'ús dels ordinadors, aprenentatge personalitzat i autònom ja que l'alumne avança segons les seves possibilitats; alfabetització tecnològica i formació actual, més d'acord en el món en què vivim; incorporació de noves fonts i recursos sonors que no presenten els instruments tradicionals; canvi de la percepció musical en l'audició; l'accés més fàcil a la notació musical; audició immediata del treball realitzat; l'autocorrecció en l'aprenentatge; la possibilitat de formacions o grups instrumentals sense cap impediment tècnic; el desenvolupament de les capacitats musicals com la creativitat i una actitud oberta envers qualsevol fet musical com a resultat del descobriment dels nous recursos entre d'altres.

Sortosament sobre aquest camp malgrat la manca de bibliografia no hem d'oblidar l'existència en la pàgina web del PIE de material curricular en que per raons obvies no esmentarem ja que són a l'abast de tothom.

2- Altres informacions

Què escolten els nostres alumnes? Quins programes? Quina música? No hem d'oblidar que ells són la matèria primera de tot aquest treball.

Enquesta realitzada a nivell de secundària, durant el curs 99-00 a quatre grups de tercer d'ESO de diferents centres de Catalunya: IES Ventura Gassol (Badalona); IES XXXV Olimpíada (Barcelona); IES Joseph Pla (Barcelona) IES Francesc Ferrer i Guàrdia (Sant Joan Despí) sobre la ràdio, la televisió, la publicitat, el cinema, els video jocs,... els resultats finals han estat:

La gran majoria d'aquest alumnat és un gran consumidor de televisió i també de ràdio. El nombre d'hores que dedica a aquest entreteniment oscil·la entre 1 hora i més de tres. Principalment aprofita les hores posteriors d'arribar d'escola i la nit.

Els programes que més segueix són les pel·lícules i les sèries de televisió com. *Compañeros*. Tot i així programes com la *Cosa nostra*, *Malalts de Tele* i *50 x 15* tenen molt bona audiència. Els programes musicals ocupen un lloc especial principalment los 40 principals i *Música sf*.

Graven poc el que veuen. Prefereixen la immediatesa.

Disfruten també en el cinema. La gran majoria va un cop al mes i en els passis busquen emocions fortes. Triomfen pel·lícules de terror, acció i intriga i més en segon terme la comèdia i el cinema romàntic.

La banda sonora més escoltada és *Titànic* i en molt menys repercussió *Ally Mc Beal* i *Tarzan*. D'altres no n'escolten.

La ràdio ocupa un espai important en les seves vides. Bona part escolta 40 Principales, en menor grau el que més trenca i Flash FM.

El que temien es confirma. La premsa i la lectura no són el seu fort. Llegeixen molt poc i les principals revistes són: Sport, Super pop i Bravo.

Internet ha entrat també en les seves afeccions. Encara no està prou difosa però consulten bastant a Internet sobre grups musicals i discografia. És un món en expansió. És ben possible que si l'enquesta es fes de nou, el nombre d'internautes segur que hauria augmentat.

Els jocs més habituals entre ells són la game boy i la Playstation. Dels jocs, no coneixen cap el compositor de les bandes sonores dels vídeo jocs. No els interessa. Els jocs que més habituals són FIFA 2000 i Final Fantasy de competició de cotxes.

Per ells el mitja que afavoreix més el consum de música és la ràdio i la televisió.

En conclusió, de totes les lectures realitzades, exceptuant en part la informàtica, en el món de l'ensenyament, l'aprenentatge musical mitjançant les noves tecnologies encara està en una fase primerenca a nivell pedagògic.

A nivell bibliogràfic de com elaborar material adequat per aprendre, ja hem vist que en alguns casos és inexistent. Com treballem una banda sonora? Com treballem la publicitat sense deixar de banda la música? Com formem a l'alumne?

Tantmateix desconeixem l'abast real d'aquestes noves tecnologies a nivell de tots els centres de Catalunya; quina incidència real tenen en l'aula de música, si hi ha prou pressupost per les aules de música per desenvolupar projectes musicals; si hi ha prou cursos de formació per als professors. Són massa interrogants per abarcar.

El que sí és cert és que l'alumne és un gran consumidor de la publicitat, el cinema, la ràdio de televisió i aquests medis encara no s'integren de forma habitual dins dels recursos d'aprenentatge o en integrar-los com formen la capacitat de valoració de l'alumne? Potser hi ha encara un marge entre els coneixements teòrics i la pràctica real a l'aula de música mitjançant les noves tecnologies.

Sònia Vives

Bibliografia consultada:

FERRÉS, J., *Dimensió del disseny audiovisual*

TALLERS



ARRANJAMENTS DE MÚSICA MODERNA

Xavi Capellas

Compositor



Continguts

LA SECCIÓ RÍTMICA

LA SECCIÓ DE VENTS

LA SECCIÓ DE CORDA

ARRANJAMENTS MIDI

Exemples pràctics

Arranjaments de corda pel CD de Juan Perro «Mr. Hambre»

Arranjaments pel musical CACAO de Dagoll Dagom

Arranjaments didàctics

LA MÚSICA COMO ELEMENTO ACTIVO EN EL LENGUAJE CINEMATográfico

Conrado Salabarder

Especialista en música i cinema



Contenido

Principios que fundamentan la existencia de la música en el cine.

Música diegética e incidental: definición y tránsitos.

El sentido de la verticalidad y la horizontalidad.

Principales funciones:

Ambientación

Acompañamiento

Sustitución

Dinamización

Definición

Información

Implicación

El proceso de adaptación.

MÚSICA I PUBLICITAT

Saki Guillem

Compositor i intèrpret



Tema 1. Introducció: La importància de la música en la vida.

- 1.1. Diferents músiques per a diferents contextos de la vida. (Ex. Boda, aniversaris, religions, festes populars, música militar, etc.)
- 1.2. Diferents estils i instruments per a cada música. (Ex. Bandoneon= Buenos Aires; Arpa= màgia; Vals= ball elegant; Bossa nova= intimitat; etc.)

Tema 2. La fusió de la música i la publicitat: efectes d'una sobre l'altre.

- 2.1. El poder comunicatiu de la música.
- 2.2. Com la música influeix en el tipus de publicitat.

Tema 3. Aspectes històrics i evolutius de la simbiosi música-publicitat.

- 3.1. Els inicis de la "publicitat amb música": la ràdio
- 3.2. Aparició del medi audiovisual (cinema, televisió)

Tema 4. Criteris diferencials:

- 4.1. Segons al sector de la societat a la qual va dirigida (target)
- 4.2. Segons l'àmbit territorial
- 4.3. Criteri econòmic

Tema 5. El caràcter programàtic de la música per a la publicitat:

- 5.1. Descriptiu, il·lustratiu, emfatitzador, inductor, seductor, etc.
- 5.2. "El producte musical fet a mida".

Tema 6. El producte musical pur o de caràcter no programàtic:

- 6.1. La seva utilització: explotació i expoliació. Exemples comparatiu. (Ex. Des de Beethoven a la Flaca).

6.2. Noves estratègies del comerç musical.

Tema 7. Aspectes i efectes econòmics:

7.1. Drets musicals:

- Drets autorals/ editorials
- Drets fonogràfics

7.2. L'impacte econòmic de la publicitat en la música.

Tema 8. Conclusions i valoracions generals.

SONORITZACIÓ DE VÍDEO

Oriol Vallvé

Muntador musical



Objectius

Conèixer les possibilitats del àudio en un muntatge de vídeo.

Veure les diferents maneres de sonoritzar un vídeo.

Saber com utilitzar les músiques en un muntatge de vídeo

Continguts

Anàlisi conjunt de la imatge i el so

La banda sonora:

El so de la imatge.

El so fora de camp.

La creació d'imatges sonores.

Música i imatge

La musica com a transmissor de sensacions i emocions.

Modificació del sentit de l'imatge a través de la musica.

Estructura.

La música: *perquè?*, *per fer què?*, *com?*, *a on?*, *quan?*

Funcions de la música

Els sentits expressius de la musica: El *sentit anímic* i el *sentit imitatiu*

La música com a mitjà expressiu d'ambientació

Música objectiva. (música diegètica).

Música subjectiva (música incidental).

Música descriptiva.

Característica instrumental.

El soroll i els silencis:

Sorolls objectius.

Sorolls subjectius.

Utilització del silenci.

Procés d'ambientació sonora:

Lectura del guió.

Visionat.

Selecció de musiques i efectes.

Ajust de les musiques i efectes.

Sincronització i post-producció d'àudio.

Mescles.

Els formats d'àudio

Els formats de vídeo

Equipament necessari

El vídeo

Equip de so

Equips d'edició no lineal

Editatges d'àudio:

Sonorització d'un vídeo

EL ROL DE LA MÚSICA EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Josep Lluís

Historiador i especialista en música i cinema



Objectius

Observar, reconèixer i diferenciar els principals recursos de la música de cinema.

Valorar-la i comprendre la seva utilitat com a llenguatge i com a transmissora de coneixements.

Continguts

1. Diferència entre música cinematogràfica i banda sonora.
2. La percepció de la banda sonora i les seves conseqüències.
3. Lectura i anàlisi dels diferents recursos emprats en una banda sonora.
4. Defectes comuns de la banda sonora.

Metodologia

Breu exposició teòrica dels continguts.

Anàlisi d'exemples.

MÚSICA I NOVES TECNOLOGIES

Thomas Lorenzo

Compositor i professor



La aplicación de las nuevas tecnologías en el campo de la enseñanza musical.

Nuestro lenguaje de uso cotidiano para la comunicación, por ejemplo: el catalán, el castellano, el inglés, se enseña utilizando el propio idioma. Enseñas a una persona el castellano hablándole en castellano ¡Qué mejor sitio para aprender inglés que en un país de habla inglesa!

Cuando enseñamos música por lo general hablamos demasiado en nuestro idioma de uso cotidiano. La música es un lenguaje muy distinto y además mucho más expresivo y necesito de un contexto en clase que aproxime al alumno al máximo a dicha expresión. En otras palabras, propongo enseñar la música en el país de la música.

Las nuevas tecnologías y un poco de creatividad de parte del profesor permiten crear, en clase, este país de la música. El alumno, de esta forma, aprende con más rapidez y satisfacción.

Enfocaré el taller con este objetivo en mente. Daré ideas para utilizar las nuevas tecnologías como complemento a la clase tradicional y como método de estudio fuera de clase para el alumnado.

¿Cuales son las nuevas tecnologías?

Cualquier tipo de grabadora:

- Cassette, mini disc, da, CDR

El micrófono

El ordenador como máquina para hacer funcionar cierto software musical que permita:

- Ver escuchar y crear partituras.
- Crear acompañamientos armónicos rítmicos melódicos.
- Modificar acompañamientos hechos
- Interaccionar con el alumno de forma creativa

- Grabar editar y mezclar sonidos
- Crear sonoridades
- Crear espacios acústicos

Internet

El teclado, el sintetizador y el lenguaje midi.

Para acabar daré una breve charla sobre las nuevas profesiones musicales en relación a dichas nuevas tecnologías.

EL VÍDEO-CLIP: DESCRIPCIÓ, HISTÒRIA I ÚS

Rafael Honrubia

Professor de Secundària



Sí, sí, sí. Ja sé que aquest títol és molt llarg. Quan em van demanar una mena de resum vaig creure que seria interessant dir-ho tot al títol (penseu que hi ha gent que només llegeix els títols –com ara jo–).

Què farem? Bé, jo ho dividiria en tres (fins i tot quatre) apartats:

1. Què és un vídeo-clip?

És a dir, característiques generals a la majoria de vídeo-clips.

Què fa que un vídeo-clip sigui un vídeo-clip i no un entrepà d'anxoves.

2. Breu història del vídeo-clip

Aquest títol s'explica sol.

Començarem per als orígens a meitat dels seixanta

Beatles: Strawberry fields forever. / I am the walrus.

Continuarem amb els inicis de la consciència artística.

Queen: Bohemian Rhapsody.

Entrarem en l'etapa de plenitud

Michael Jackson: Thriller.

Ens fixarem en els límits manieristes del video-clip.

Peter Gabriel: Sledgehammer./Kiss that frog.

I l'experimentació

Talking Heads: Once in a lifetime.

I avançarem cap al futur

Christina Aguilera / Nine Inch Nails (Apa!)

3. Podem fer un vídeo-clip?

Estratègies per a la creació d'un vídeo-clip (rudimentari, és clar).

MUNTATGE MUSICAL

Manel Valls

Muntador musical



“No m'agrada la música a les pel·lícules. Detesto veure a un home sol al desert morint-se de set, amb l'orquestra de Filadèlfia rera seu.”

Amb aquestes paraules, John Ford expressava la seva opinió de la música en el cinema. Tot i així, la va incloure a totes les seves pel·lícules. Perquè, sense haver-hi una raó clara, ens sembla imprescindible la música en el cine?

Per Francis Ford Coppola “ *El so és el millor amic del director, perquè influeix en l'espectador d'una manera secreta*”.

L'objectiu d'aquest taller és valorar la importància de la música i el so al mitjà audiovisual, i conèixer el procés i la tècnica del muntatge musical.

El contingut serà el següent:

Antecedents i història de l'ambientació musical.

Funció i sentit de la música associada a la imatge.

Particularitats dels diferents tipus de muntatges audiovisuals (sintonies, dramàtics, informatius, documentals, infantils...).

Procés i tècniques del muntatge musical.

Anàlisi i comentaris de diversos exemples.

La metodologia que es seguirà per desenvolupar el taller constarà d'explicacions, il·lustrades amb imatges per analitzar i comentar amb els assistents.

MÚSICA I INTERNET

Marc Mateu

Periodista



La música és, després del sexe, el tema que més interessa als internautes. En aquest taller veurem alguns dels recursos musicals de la xarxa: des de directoris, cercadors i bases de dades especialitzades fins a webs d'artistes, discogràfiques, etc...

També es comentaran els principals sistemes de reproducció i distribució de música digital i es donarà un cop d'ull a programes polèmics com Napster.

1. Recursos musicals a la xarxa:
 - Cercadors
 - Bases de dades
 - Directoris especialitzats
 - Artistes i discogràfiques a Internet
2. Música digital
 - Principals sistemes de reproducció
 - Distribució legal vs. pirateria global
 - Napster, un programa polèmic
3. Internet, aparador de nous talents
 - Comunitats de músics: Vitaminic, MP3.com, etc...

RECURSOS MUSICALS AL VÍDEO-JOCS

Marc Dalmases

Músic especialitzat en vídeojocs i Cd-roms



Introducció:

El so en un producte multimèdia.

- El soundtrack.
- El doblatge.
- La música.

La música.

- Sintonies.
- Músiques dels jocs.
- Dibuixos animats.

Eines de programació musical.

- Programes seqüenciadors.
- Arxius de música.
- Instruments electrònics.
- El producte final.

Demostració i pràctica amb jocs musicals.