



UADERN



Noves consideracions sobre *Performing Rites*

Simon Frith

UNIVERSITAT D'EDIMBURG

Simon.Frith@ed.ac.uk

ORCID: 0000-0002-9774-8722

Rebut: 18/10/2021

Acceptat: 18/10/2021

RESUM

Performing Rites. On the Value of Popular Music es va publicar fa vint-i-cinc anys. L'objectiu del llibre era abordar qüestions de valor musical i demostrar que els arguments que qualificaven la música de bona o dolenta eren tan necessaris per a la cultura musical popular com per a l'art culte. Aquest article examina els canvis en les pràctiques i estudis de la música popular durant l'últim quart de segle i reflexiona sobre els efectes d'aquests canvis en el discurs de valor. Els canvis que m'interessen són la transformació digital de la comunicació musical, que origina formes noves de crear, consumir i compartir música; les forces demogràfiques que han remodelat tant la geografia com l'ecosistema del mercat musical, i l'aparició de la música electrònica de ball en una nova economia de la música «en viu». Què significa, des d'un enfocament sociològic de l'estètica, que la gent ja no es veja obligada a escoltar música que no li agrada? Que els algorismes hagen minat un sistema d'autoritat musical (ràdio musical i premsa musical) que fa un temps es donava per descomptat? Que ballar siga una manera tan important d'escoltar? Què és un «músic» en l'era digital? A l'hora d'abordar aquestes qüestions, també reconec que, de la mateixa manera que les possibilitats històriques i discursives configuren els qui creen i escolten música popular, aquestes possibilitats també configuren els qui l'estudien. Tenim la llibertat d'estudiar el que ens agrada i de la manera que ens agrada, però només en les circumstàncies en les quals ens trobem. Com han canviat aquestes circumstàncies des de 1996?

Paraules clau: valor; música popular; escoltar; ballar; transmetre; elecció

ABSTRACT. *Performing Rites* revisited

Performing Rites. On the Value of Popular Music was first published 25 years ago. The aim of the book was to address issues relating to musical value and to show that arguments about whether music was good or bad were as vital for popular music culture as for high art. In this paper, I consider the changes in popular music practices and studies that have occurred over the last quarter of a century and reflect on the effects these changes have had on value discourse. The changes that interest me are the digital transformation of musical communication, leading to new ways of making, listening to and sharing music; the demographic forces that have reshaped both the geography and the ecology of the music market; and the emergence of electronic dance music in a new economy of 'live' music. What does it mean for a sociological approach to aesthetics that people no longer have to listen to music they do not like? That a once commonly overlooked and undervalued apparatus of music authority (music radio and the music press) has been undermined by algorithms? That dancing is such an important way of listening? What is a 'musician' in the digital age? In addressing these questions, I acknowledge too that, just as popular music makers and listeners are constructed as such by their historical and discursive possibilities, so, too, are popular music scholars. We are free to study what and how we like but only under the circumstances in which we find ourselves. How have these circumstances changed since 1996?

Keywords: value, popular music, listening, dancing, streaming, choice

SUMARI

Introducció
Triar música
Escoltar música
Fer música
Conclusió
Referències bibliogràfiques
Nota biogràfica

Autor per a correspondència / Corresponding author: Simon Frith. The University of Edinburgh, Edinburgh College of Art, 74 Lauriston Place Edinburgh, EH3 9DF.

Citació suggerida / Suggested citation: Simon, F. (2024). Noves consideracions sobre *Performing Rites*. *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 138(1), 18-32. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats-138-1.1>

INTRODUCCIÓ

Al principi, vaig redactar aquest article com a discurs d'obertura del 17é Congrés de la IASPM, celebrat a Gijón el juny de 2013. Per a mi va ser tot un plaer rebre l'encàrrec de presentar aquesta ponència perquè devia la meua carrera a la IASPM, una organització exigent que oferia un magnífic suport a aquells que de bon començament teníem interès a establir la música popular com un camp acadèmic d'estudi, i n'agraïa el convit especialment perquè en aquell mo-

ment arribava al final de la meua carrera: aquell mes d'agost em retirava de la docència a jornada completa i aquest va ser el meu últim acte de la IASPM. Però també em va sorprendre. No és habitual que assistisca a concerts de grups de música veterans que toquen els vells èxits i no crec que el futur dels estudis de la música popular siga la celebració del que fa un temps consideràvem podria ser. El valor de la música popular radica en la manera en què es reflecteix en el present i suggereix un futur, no en la seua capacitat

de fer-nos sentir bé sobre el passat. I el que val per als vells roquers que assagen les cançons de sempre també val per als vells acadèmics que assagen els arguments de sempre. Em va sorprendre particularment que em demanaren a mi, membre fundador de la IASPM, presentar un congrés organitzat per a «qüestionar les ortodòxies».

Després de pensar-m'ho, vaig decidir que la millor manera d'abordar la comesa era a través del llibre que vaig escriure el 1996, *Performing Rites*. Els objectius de *Performing Rites* eren mostrar, en primer lloc, que un sociòleg podia abordar qüestions de valor musical que es consideraven terreny dels filòsofs i especialment pel que fa a la música clàssica, i, en segon lloc, que aquestes qüestions eren essencials per al funcionament de la música popular. El meu punt de partida va ser que els arguments que qualifiquen la música de bona o dolenta, correcta o incorrecta, impliquen constantment els qui fan i escolten música popular; són fonamentals per a tota la vida cultural i no sols per a l'alta burgesia del món de l'art. També volia qüestionar una branca d'estudis culturals que llavors era dominant i que no parava atenció als judicis de valor a l'aula.

El meu enfocament tenia les arrels en la sociologia marxista. O, dit d'una altra manera, s'hi considerava que la gent —músics, fans— era lliure de definir els criteris i les eleccions musicals per raons individuals, però que aquests criteris i eleccions sempre s'aplegaven en circumstàncies històriques no de la seua pròpia elecció: circumstàncies materials (els efectes de la tecnologia, el comerç, l'educació i el poder institucional de diversa mena) i circumstàncies discursives (com s'expressen i entenen l'elecció i els valors musicals). Argumentava que els judicis estètics són, necessàriament, construccions socials. Estan determinats, fins i tot en les circumstàncies més individuals, pel que és possible, imaginable i explicable.

La primera qüestió que planteja aquest treball és que les circumstàncies materials i discursives han canviat des de 1996 i, per tant, la construcció social dels ju-

dicis de valor en la música popular ha de tornar a ser examinada. Els motors del canvi cultural continuen sent la tecnologia, la demografia i la ideologia, i els últims vint-i-cinc anys d'història de la música popular han sigut afaïçonats pel major domini dels mitjans digitals per a crear, emmagatzemar i escoltar música, pels efectes continus de l'envelliment i el canvi generacional i per les últimes manifestacions de la globalització i el moviment de persones, productes i idees entre fronteres culturals i geogràfiques. Aquestes forces històriques han impulsat l'aparició de nous costums socials i polítiques, però alhora s'han vist impulsades per aquestes últimes.

És clar, els efectes d'aquests canvis han sigut objecte d'estudi per part dels acadèmics de la música popular i no vull fer ací un resum o una crítica del seu treball. El meu interès és més limitat: quina repercussió té la història recent de la música popular en els arguments sobre el valor i el discurs que vaig plasmar en *Performing Rites*? I una complicació afegida sobre aquest tema: no sols és la cultura musical popular la que ha canviat des de 1996, també ho ha fet l'acadèmia. Si les circumstàncies històriques i les possibilitats discursives configuren els qui fan i escolten música popular, aquestes també fan la seua en el cas dels acadèmics de la música. Potser tenim la llibertat d'estudiar el que ens agrada i de la manera que ens agrada, però només en les circumstàncies que tenim, tant materials i institucionals, com intel·lectuals i conceptuals. Per tant, els estudis de música popular constitueixen una iniciativa acadèmica construïda socialment, pel que fa tant al que s'estudia com per la manera que es conceben els temes d'investigació. Si la música popular es pot definir, en general, com la música que agrada a la gent, la qüestió és: *a quina gent?* I és indiscutible que en el desenvolupament acadèmic dels estudis de música popular s'ha considerat que una certa gent és més rellevant que una altra (els *punks*, per exemple, estan per damunt d'aquells que fan musicals o els qui hi assisteixen) o que el nostre concepte de la gent que és important ha canviat amb el pas del temps, com una resposta als desafiaments polítics de la sociologia feminista i els estudis de la cultura negra, per exemple.

Sempre s'han reconegut algunes de les limitacions del nostre treball com a acadèmics de la música popular: les condicions acadèmiques d'ocupació i de docència, els efectes del territorialisme disciplinari i les jerarquies d'estatus o la política de finançament per a la recerca. La IASPM es va fundar com una resposta a aquesta indiferència o hostilitat institucional. Ara bé, els interessos acadèmics també els determinen les experiències dels acadèmics fora de l'acadèmia, la vida familiar, l'edat i la seguretat econòmica. El pas del temps té els efectes en l'acumulació de coneixement; la tecnologia digital ha canviat la manera d'estudiar la música tant com s'ha modificat la manera de fer música. Un problema actual, per exemple, és la sobrecàrrega de coneixement. Quan escrivia *Performing Rites* tenia la certesa raonable que havia llegit tota la literatura acadèmica rellevant sobre música popular en anglès i estava al corrent de les obres més significatives en altres idiomes. Quan es va publicar el llibre, vaig haver d'acceptar que a partir de llavors la meua esperança seria llegir només una selecció xicoteta del treball acadèmic disponible. Cada vegada més acadèmics feien estudis de música popular en més països i en més disciplines. Afegim-hi la dialèctica de les generacions acadèmiques, amb cada nou grup d'estudiosos argumentant en contra dels seus predecessors i els efectes de la moda acadèmica. Amb el pas del temps, alguns noms clau (Adorno, Attali, Becker, Bourdieu...) han sigut recurrents i posteriorment han desaparegut dels debats dels congressos de la IASPM, mentre que els conceptes que havien sigut dominants (com el de les «subcultures») deixaven pas a noves inquietuds intel·lectuals («identitat», per exemple).

Puc il·lustrar la interacció dels canvis en les circumstàncies personals i professionals amb la meua pròpia experiència. Quan vaig escriure *Performing Rites* (basat en un programa de seminaris per a postgraduats), impartia classes en un centre d'estudis mediàtics, era crític de rock en actiu, format en el discurs del Regne Unit/EUA, i era un membre actiu de la xarxa europea de debat de la IASPM. Deu anys més tard feia classes en un departament de música tradicional i tenia companys i alumnes de música, cosa que significava involucrar-me no sols en la musicolo-

gia, sinó també en la psicologia i la fisiologia de la música, temes curiosament absents dels estudis de música popular. En general, havia deixat de ser crític de rock (encara que continuava presidint el jurat del Mercury Music Prize) i la meua recerca llavors se centrava en la música en viu més que en la música enregistrada. Per motius familiars, havia deixat de viatjar a l'estranger; passava molt més temps amb músics que amb periodistes i els meus alumnes de postgrau tenien preocupacions molt diferents de les dels alumnes a qui havia fet classe en els primers decennis de la meua carrera.

Si puc dir que les qüestions que m'interessen ara no són les mateixes que quan vaig escriure *Performing Rites*, això es deu al fet que jo he canviat i la cultura musical popular ha evolucionat. Tal com ho veig avui dia, sembla clar que l'estudi de la musical popular (i la IASPM en particular) va ser de bon començament una resposta davant una manera determinada de fer música, el rock, que estava definit per tres factors sociològics: les discogràfiques copaven el negoci de la música, els joves dominaven la creació i el consum de música i les idees romàntiques sobre l'autenticitat dominaven el discurs crític. El meu primer llibre acadèmic, *Sociologia del rock*, publicat el 1978, es va veure condicionat per aquests factors i, en particular, per la necessitat de teoritzar les diferències sociològiques del rock respecte de la música popular/de masses, d'una banda, i la música clàssica/culta, d'una altra. Aquestes qüestions també van influir en *Performing Rites*.

Aquest és un dels motius pels quals el llibre ara sembla que pugui estar desfasat. El rock continua sent una forma significativa de música popular, però ja no és la pedra angular d'un ecosistema comercial o cultural. Per exemple, l'accés a la música, ara per ara, està monopolitzat per empreses de *streaming* com Spotify, Apple Music o YouTube, més que per les botigues de discos o les emissores de música. A la primeria de la dècada de 2020, la indústria musical corporativa potser s'havia recuperat de la caiguda de les vendes de discos que hi va haver en el tombant de segle —sens dubte era més rendible que mai—, però això es degué al fet que s'havia adaptat amb èxit al nou

comerç de l'*streaming* digital. Les companyies discogràfiques també han hagut d'adaptar-se a l'auge de les corporacions globals de música en viu, com Live Nation, i al creixement notable de l'economia dels festivals. El que abans era la música dels joves, ara s'escolta en els homenatges i les actuacions de les bandes tribut, mentre que la música en viu més popular del nou mil·lenni, la música electrònica de ball, té una estètica molt diferent de la dels locals *indie* o els concerts de rock als estadis.¹

Com han afectat aquests canvis als discursos de valor en la música popular? A partir d'ara abordaré en aquest treball la qüestió sota tres epígrafs: «Elegir música», «Ecoltar música» i «Fer música».

ELEGIR MÚSICA

La poeta anglesa Lavinia Greenlaw recorda la seua adolescència a Essex en la dècada dels setanta amb aquestes paraules:

Esperar a escoltar una cançó era com esperar que un autobús arribés a aquell poble. Em podia estar una hora plantada a la vora de la carretera esperant un autobús que no hi arribava, incapaç d'acceptar que no estigués a punt d'aparèixer, amb la certesa que, quan entrés a casa i tanqués la porta, llavors arribaria. Mentre esperava escoltar en la ràdio el que m'agradava, em veia obligada a passar hores escoltant una altra música, però llavors podia sonar alguna cosa més que em cridés l'atenció. M'entusiasmava amb una cançó i tot seguit em distreia amb una altra. Algunes cançons venien a buscar-me i s'asseguraven que me les continuaria topetant fins que un dia o un altre les tindria al cap i llavors voldria escoltar-les. Trobava a faltar alguna cosa que no tenia. Podia haver-hi alguna altra manera més delicada de seducció? (Greenlaw, 2021: 57)

Un dels efectes més significatius de la revolució digital és que els adolescents ja no han d'escoltar música que no els agrada. Jo ho vaig fer fins a 2016. Cada any, com a president del jurat del Mercury Music Prize, m'enviaven uns 250 cedés que havia d'escoltar en un període de sis setmanes. Ara bé, aquesta era una experiència cada vegada menys habitual i un dels canvis més notables en el funcionament del premi Mercury en termes de màrqueting és que, mentre que al 1993 la gent s'arriscava amb un àlbum preseleccionat i les seues vendes augmentaven significativament, ara la gent prova una cançó o dues en Spotify i l'efecte en les vendes és molt inferior. Val la pena remarcar això perquè històricament, com recorda Lavinia Greenlaw, una part important de la cultura musical popular consistia a escoltar coses que no ens agradaven, en funció de l'organització de la programació de ràdio i televisió, el nombre limitat de punts de venda de música al país i el conservadorisme de les classes de música a les escoles. El risc de comprar un àlbum (quan deixaven de ser recopilacions d'èxits) era que un es gastava els diners sense haver escoltat una gran part del disc. En resum, el principal efecte de la tecnologia digital sobre el consum de música ha sigut canviar la naturalesa de l'elecció del consumidor.

De jove, el problema no només era triar la música que a u li agradava d'entre el que s'escoltava, sinó també tractar de descobrir el que no s'escoltava. Anar a cercar discos i col·leccionar rareses discotequeres era una necessitat per a l'aficionat a la música popular, igual que expressar una opinió sobre el que s'escoltava, agradés o no agradés. En canvi, ara no cal tenir una opinió, per exemple, d'Ed Sheeran, ni tan sols de Beyoncé, perquè no cal escoltar-los. Si abans escoltàvem música que ens agradava en un context poc favorable (programes d'entreteniment lleuger en la ràdio, per exemple), ara la música que ens agrada és el context per a tot allò altre que escoltem. Crec que aquest és un dels motius pels quals molta gent que té més de quaranta anys pensa que ara la música no és tan important per a la joventut, encara que la qüestió és que ho és d'una altra manera. Björn Ulvaeus, integrant d'Abba, presentava una campanya per a garantir que tots els que participen en

¹ Per a tenir una visió general dels canvis en l'economia política de la música al Regne Unit entre 1950 i 2015, vegeu Frith et al. 2013, 2019 i 2021.

l'enregistrament d'un disc rebessen una recompensa adequada en l'economia de la música digital; això és el que explicava al periodista de la BBC Mark Savage (22 de setembre de 2021):

Volem tornar a experimentar el que era obrir un àlbum de funda doble i escoltar les cançons mentre llegíem les notes que l'acompanyaven. Considere que és una experiència molt valuosa que els joves que escolten música avui dia s'estan perdent.²

Tot i això, no explica *per què* és una experiència tan valuosa.

Certament es podria dir que, si ja no cal justificar el que es vol escoltar (perquè ja no cal argumentar-ho), llavors no hi ha cap raó de pes per a formar part d'una audiència «informada». Per això la disminució de la demanda de crítics, d'una autoritat crítica, com assenyalava l'afebliment de la premsa musical. La qüestió ara no és com es parla de música, sinó si se'n parla. Històricament, l'audiència era aclamada públicament, per dir-ho així, per periodistes, locutors i el soroll dels departaments de venda de discos; així funcionava el màrqueting musical. Pot l'algorisme fer aquest treball de configuració d'una audiència? Com es configuren actualment els gustos del públic?

El mateix dia que la BBC informava de la nostàlgia de Björn Ulvaeus per les notes dels àlbums, *The Guardian* destacava un treball de recerca publicat en la revista *Proceedings of the Royal Society* que suggeria que un model matemàtic que descrivia la propagació d'una malaltia entre la població funcionava igual de bé a l'hora de descriure les tendències de descàrrega de cançons.

Dora Rosati, autora principal de l'estudi i graduada en Matemàtiques i Estadística per la Universitat McMaster d'Ontario, al Canadà, es preguntava amb els col·legues si podrien aprendre alguna cosa sobre com les cançons es popularitzen mitjançant l'ús

d'eines matemàtiques que habitualment s'apliquen a estudiar la propagació de malalties infeccioses.

L'equip va recórrer a una base de dades de vora 1.400 milions de descàrregues individuals del servei de *streaming* de música MixRadio, ja desaparegut. A partir de les mil cançons més descarregades al Regne Unit entre 2007 i 2014, van mesurar fins a quin punt un model estàndard d'epidèmia, denominat model SIR, coincidia amb les tendències de descàrregues de cançons al llarg del temps.

Rosati afirmava: «Això implica que molts dels processos socials que impulsen la propagació de malalties, o anàlegs a aquests processos, també podrien estar impulsant la difusió de cançons». Més concretament, dona suport a la idea que tant la música com les malalties infeccioses depenen de les connexions socials per a estendre's entre la població.

«En el cas d'una malaltia, si entres en contacte amb algú que està malalt, llavors tens una certa probabilitat de contreure la malaltia. Amb les cançons passa una cosa molt semblant. La gran diferència és que en el cas de les cançons, no té per què ser un contacte físic; podria ser que el meu amic haja usat aquesta nova cançó en la seua història d'Instagram, així que ara aniré a cercar-la».³

Els estudiosos de la música popular tradicionalment s'han vist a si mateixos com a fans, com a col·leccionistes, que acumulen el coneixement auditiu que els dona autoritat per a actuar com a promotors o comissaris implícits. Encara és viable aquesta afirmació en el món de l'audiència digital? Potser la nostra funció ara és *distingir-nos* de l'audiència de carrer, ja siga com a historiadors, arxivers i custodis d'un passat en què ningú més hi té molt interès o mitjançant la nostra obligació amb la música poc popular, amb la música que ningú escolta. La primera tasca implica convertir-se en experts en memòria musical, fer

2 <https://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-58643787>

3 <https://www.theguardian.com/science/2021/sep/22/mathematicians-discover-music-really-can-be-infectious-like-a-virus>

estudis crítics de les indústries de l'homenatge i la nostàlgia, i preocupar-se per la conservació i l'arxiu dels objectes materials de la música popular i les seues petjades. La segona tasca consisteix a fer que el que no s'escolte, s'escolte en un moment en què la gent pot elegir escoltar el que vulga.

Restà, però, una pregunta per respondre: quin tipus d'autoritat poden reclamar els acadèmics de la música popular en l'era digital? Per què hauria d'interessar-li a algú el que diem? Els primers acadèmics del rock, com jo, teníem la tendència de considerar-nos crítics, encara que, en general, els acadèmics no són precisament bons crítics. En comptades ocasions es preocupen pel que realment escolta la gent.

Fa molts, vaig acudir a una reunió de la llavors executiva de la IASPM a casa de Philip Tagg, a Göteborg. La reunió va coincidir amb el Festival d'Eurovisió, que se celebrava aquell any a Suècia. En la ràdio sueca se'ls va ocórrer la idea brillant que nosaltres —com a IASPM— donàrem la nostra opinió experta de qui hauria de guanyar després de totes les actuacions. Quan va aparèixer la primera actuació en el televisor de Philip, un membre de l'executiva, que no era europeu, es va quedar tan horroritzat que es va iniciar un debat sobre la música popular, l'exploatació comercial, la corrupció de les audiències, etcètera, una discussió tan abrandada que, quan ens van telefonar de la ràdio sueca, no vam poder fer cap comentari perquè no havíem vist ni una de les actuacions.

Aquest és un exemple de com els acadèmics de la música popular que actuen com a crítics estan menys preocupats pel que hi ha —el so— que pel que no hi ha —el significat—. La música és sinònima d'una altra cosa, representa alguna cosa o necessita ser interpretada, significa quelcom que s'amaga al darrere, a sota o al més profund dels sons reals que ens arriben a les oïdes. Com a conseqüència, hi ha una mena de negligència investigadora. Continuem sense entendre bé què fa algú que escolta música ni què és escoltar música. Hi ha estudis útils sobre la ideologia de l'escolta —la construcció de l'audiència

silenciosa, atenta i autònoma a la sala de concerts del segle XIX, per exemple—, però hi ha poca evidència que la gent, fins i tot a les sales de concerts, escolte la música així (encara que sàpiga comportar-se com si ho fes). I encara més dubtós és que aquesta manera pública d'escoltar siga la forma en què s'escolta la música clàssica a casa.

El relat més suggeridor que conec sobre el fet d'escoltar música popular el va escriure Franco Fabri. En aquest descrivia, en una conversa publicada, la seua experiència quan escoltava un àlbum del grup britànic The Shadows. Hi descriu un estat mental a mitjan camí entre la vigília i el somni, una mena de suspensió conscient del pensament controlat perquè el flux de la música determine el flux de retalls d'imatges, emocions, records, sentiments.⁴

En canvi, els sociòlegs, ja siga Bourdieu quan dona compte de les audiències de música clàssica en els anys cinquanta o estudiosos més recents quan escriuen sobre els festivals de música de la dècada de 2010, tendeixen a tractar l'escolta musical com una ocasió per a anar més enllà: una mostra de «distinció» o l'expressió d'una «identitat». Tanmateix, això no respon a la pregunta que m'interessa: què fan realment els qui escolten música *com a audiència*?

ESCOLTAR MÚSICA

A la tardor de 2021, *The Guardian* entrevistava el britànic Sir Lucien Grainge, director de la corporació mundial Universal Music, amb seu a Nova York. Grainge explicava al periòdic per què els propietaris de la companyia, el conglomerat francès Vivendi, havien decidit que Universal cotitzés en borsa de manera independent. El rendiment d'Universal era creixent gràcies a l'augment de l'escolta digital. Deu anys abans, quan les vendes de discos s'havien desplomat i l'streaming encara no produïa ingressos significatius, Universal havia sumat 4.200 milions d'euros

4 Vegeu Fabbri i Quiñones, 2014.

i havia obtingut un benefici de 507 milions d'euros. La companyia estava llavors en vies d'obtenir uns ingressos anuals de vora 8.000 milions d'euros i uns beneficis anuals potencials de 1.500 milions d'euros. Grainge suggeria el següent:

Encara falta molt per venir, moltes oportunitats. Els índexs de penetració dels serveis digitals en alguns països més grans encara no han assolit els dels mercats més madurs, i per aquesta raó encara resta molt marge en aquests mercats clau. I si a això afegim que els fans escolten cada vegada més música a través d'altaveus controlats per veu, cotxes connectats, xarxes socials, jocs, gimnasos, etcètera, s'entén per què considerem que estem només al començament d'una nova onada de consum de música. Aquesta onada té lloc en diverses plataformes, algunes de les quals ni tan sols estaven en el radar fa només uns anys.

Mark Mulligan, analista de Midia Research, confirmava que al voltant del 10 % dels vora 22.000 milions de dòlars d'ingressos globals en *streaming* el 2020 procedien de les llicències d'escolta en plataformes com Facebook, a través d'altaveus intel·ligents com Alexa, d'Amazon, en jocs com Fortnite i del negoci de la bicicleta estàtica a casa. En paraules seues:

La música està arribant a tot arreu. A més dels programes de televisió, els jocs, la publicitat, TikTok, Peloton, hi ha un gran creixement en Instagram. L'*streaming* va ser com el començament que necessitava el cor de la indústria. L'ha posat en marxa i manté els llums encesos. Però no s'acaba ací. Els inversors compren catàlegs musicals i els mercats emergents hi registren un fort creixement. Tot això fa que la indústria musical atraga l'interés dels inversors. La indústria sembla estar en ple creixement.⁵

Tampoc sembla que tinga molt a veure amb el que era en l'època del rock i està organitzada entorn de

formes molt diferents d'escoltar música. Això fa que també s'evidencie en un altre efecte de la creació de música digital: l'èxit comercial de la música electrònica de ball. De fet, el ball sempre ha sigut una de les formes més importants d'escoltar música popular, però no ha interessat gaire als investigadors d'influències roqueres. Els antropòlegs fa molt temps que sostenen que la música i el ball no poden tractar-se com activitats separades, però els estudiosos de la música popular han passat per alt el ball o l'han associat a gèneres musicals pop menys significatius. En la pràctica, tot i això, la història de la música popular no pot dissociar-se de la història del ball, de qui balla amb qui, on, quan i com.

L'evolució de la música popular a la Gran Bretanya durant la postguerra, per exemple, va ser impulsada per les necessitats dels qui ballaven: ballar *jazz* en els clubs va establir les bases del que després serien els clubs de *rock and roll* i R&B, els clubs de *blues*, les discoteques i els clubs de ball. La novetat dels anys cinquanta no era que els joves passessin molt temps ballant (també ho feien en els anys trenta i quaranta), sinó que ara passaven cada vegada més temps ballant a locals on només acudien joves. El significat del ball per a la joventut pot relacionar-se clarament amb el festeig i la sexualitat, però el ball també era un escenari en què s'escoltava música, en el qual el significat/valor de la música estava relacionat amb les articulacions i respostes físiques. En el període 1950-1967 van tenir lloc al Regne Unit dos tipus de lluites ideològiques sobre la manera d'escoltar música: l'escolta silenciosa enfront de l'escolta sorollosa (un problema constant) i l'escolta com a espectacle (veure el grup) enfront de l'escolta com a participació (ballar). Els promotors tenien problemes quan un grup de persones volia veure els artistes i un altre el que volia era ballar amb la seua música. Era difícil organitzar l'espai perquè tots dos grups hi poguessen estar satisfets.

Des que vaig escriure *Performing Rites*, la importància cultural de la pista de ball ha esdevingut més evident, però encara ens manquen estudis sociològics del ball

5 <https://www.theguardian.com/music/2021/sep/21/universal-chief-growth-digital-listening-boom-record-music-flotation-lucian-grainge>

com una manera d'escoltar.⁶ Com entenen els qui ballen els plaers de l'impuls narratiu i la repetició o la manera en què la seua atenció canvia entre capes de so? Com es relaciona la capacitat d'escoltar diferents patrons sonors amb l'experiència de moure's al ritme que marquen? Lavinia Greenlaw suggereix el següent:

Potser el ball és la manera definitiva d'amplificació. Escoltes una cançó i el teu cos la fa sonar més fort. Tu també comences a sonar més fort, a ser més tu mateixa i a estar més alliberada. Sempre m'ha costat resistir-me a ballar i m'enrojole de tant com m'agrada. A vegades balle perquè em sent massa tímida per a entaular una conversa. O em sent sobreexcitada i tot seguit intente contenir-me. N'hi ha prou amb una bona cançó perquè deixe de banda la meua moderació? Qui és aquesta criatura alarmant que se sent obligada a llançar-se per ací? La retinc i tracte de ballar amb la mateixa despreocupació que qui no sap estar-se quiet mentre parla (Greenlaw, 2021: 58-9).

Un dels nous termes de l'apèndix de 2013 de l'*Oxford English Dictionary* era *dad dancing*, que definia com 'la mena de ball característic dels pares en els casosaments i que avergonyeix els fills' i que la revisió de 2014 del *Chambers Dictionary* defineix com el 'ball amb un menyspreu vergonyós pel ritme i la moda, considerat característic dels homes de mitjana edat'. Aquestes definicions, com l'autoreflexió de Greenlaw, plantegen tota mena d'interrogants sobre la funció del ball en les relacions socials que conformen l'escolta de música. Des de la perspectiva del rock, una particularitat del ball és que no se centra en el fet que ningú hi siga l'estrella: a la pista de ball la música s'experimenta a través dels cossos dels qui hi ballen, no dels intèrprets; mentre que el treball del DJ qüestiona la suposada distinció entre creativitat a l'estudi i creativitat a l'escenari. La resposta comercial a aquestes confusions va ser la comercialització dels

«súper DJ», que encarnaven un nou tipus d'artista estrella, però això no feu més que plantejar més preguntes: qui balla escolta (o qui escolta balla) seguint el súper DJ, la música que punxa o totes dues coses alhora? Qui fa la música en aquest cas?

FER MÚSICA

El setembre de 2021, l'Oficina de Propietat Intel·lectual del Regne Unit va publicar un informe exhaustiu dels «ingressos dels "creadors de música" en l'era digital». Una de les conclusions més sòlides va ser que «no hi ha evidència que hi haja hagut una època en què la música enregistrada fora la base d'uns ingressos substancials per a un gran nombre de músics, ni tan sols quan els ingressos totals eren més alts...» (Hesmondhalgh et al., 2021: 18). La majoria dels músics no viuen dels drets d'autor, la venda de discos o les llicències, sinó de la venda dels seus serveis. Per a ells, la música és un art, no un article de consum. Això era cert quan la indústria discogràfica dominava el negoci de la música entre les dècades de 1950 i 1990 i ho és ara, quan ja no ho fa. Quines conseqüències té?

En primer lloc, es tracta de qüestionar el tractament acadèmic dominant dels músics en termes de la seua autoexpressió creativa (la noció romàntica que sustentava el discurs del rock) i suggerir que hauríem d'entendre els músics com a treballadors i no com a artistes, com gent que fa música no per a ells mateixos sinó per a una altra gent, per a ocasions, necessitats i fins socials. La qüestió no és contraposar allò que és artístic enfront d'allò que és comercial, sinó el que es considera excel·lència en les habilitats i tècniques artesanals i qui és el millor jutge sobre aquest tema.

En segon lloc, la creació de música és un procés col·lectiu. La «creativitat» implica jerarquies de col·laboració entre diversos treballadors de la música: no sols els intèrprets, instrumentistes i cantants, sinó també les persones que en fan possible la interpretació. I aquestes jerarquies canvien segons les circumstàncies. En aquest sentit, la sociologia de la música pot relacionar-se amb la sociologia de la ciència. Pensem,

⁶ La revista pionera *Dancecult* aborda aquestes qüestions i fomenta l'estudi etnogràfic, però els seus articles sovint semblen suggerir que importen més els significats que les pràctiques. És com si els filòsofs se sentissen més atrets per la pista de ball que els sociòlegs.

per exemple, en els efectes que tenen en la creació musical els canvis en les condicions tecnològiques de la producció musical. La història dels músics que fan música popular també és necessàriament la història dels instruments musicals, dels estudis d'enregistrament i de l'amplificació en l'escenari.

En tercer lloc, pensar en la música com un art i no com un article de consum significa qüestionar les definicions acadèmiques acceptades de «música popular». Es podria argumentar, per exemple, que el *jazz* ha sigut bastant més significatiu per a la història de la música popular que el rock, encara que això no s'aprengué en els esdeveniments de la IASPM, i encara que hem tendit (a causa dels orígens de la IASPM) a definir la música popular en contraposició a la música culta, des d'una perspectiva artesanal els termes d'aquest contrast no funcionen realment. Els músics que es dediquen a la música clàssica també són artesans; també presten serveis musicals. Els concerts de música clàssica, igual que els de rock, són esdeveniments socials amb finalitats socials. De fet, molts músics en actuï despleguen les seues habilitats tècniques en una gran varietat d'entorns musicals i, per descomptat, per damunt de la distinció entre culte i popular.

En rellegir *Performing Rites* m'adone que moltes de les qüestions que em preocupaven tenien més a veure amb la creació d'estrelles que amb la creació de música, i és destacable que alguns dels treballs més imaginatius de la recerca de la música popular es fessen sota les etiquetes d'«estudis de celebritats», d'una banda, i «estudis de fans», de l'altra. Hi ha un subcamp de recerca igualment dinàmic sobre el que podríem dir el *dia a dia* dels músics o sobre les relacions socials i tècniques de les quals depén la vida dels músics? Si hagués de reescriure *Performing Rites*, ara estaria menys interessat en la manera en què els músics esdevenen estrelles i més en com els músics donen sentit a la seua vida quan no es converteixen en estrelles. No m'interessaria tant saber per què s'idolatra els artistes i més com s'observen les interpretacions més quotidianes. La fama i el fenomen dels fans són efectes ben coneguts del comerç de la música i, encara que les noves tecnologies puguen haver canviat els termes

d'aquest comerç, la lògica del màrqueting continua sent la mateixa. El que no té en compte és el valor de la música com a part de la vida quotidiana.

CONCLUSIÓ

A la fi dels seixanta, quan estudiava mètodes d'investigació com a part de la meua formació reglada en sociologia, la meua professora, Shirley A. Starr, deia que molts consideraven que els sociòlegs eren uns pesats que arreplegaven les singularitats i casualitats de les rareses i eleccions individuals de la gent i les explicaven com a fets socials, els feien encaixar en patrons determinats per factors institucionals, normes socials, funcions, rols, etcètera (*El suïcidi* de Durkheim era el text clau per a aquest argument). Suggeria que també podíem plantejar-nos la nostra tasca a l'inrevés, que podíem demostrar que les coses que la gent feia sense pensar, «de manera natural», per dir-ho així, podien ser fets socials, però també, des d'un punt de vista acadèmic, bastant estranys (per a això es basava en els escrits d'Erving Goffman).

Aquest suggeriment em va quedar gravat en la ment, així que vull finalitzar aquest article suggerint que, com a sociòlegs, hauríem de partir de la premissa que la música és una cosa estranya en els éssers humans. Aquest és un dels motius pels quals als biòlegs evolutius, als teòrics de la psicoanàlisi i, en efecte, als marxistes els ha resultat difícil ocupar-se'n. Per què, per exemple, a la Gran Bretanya de la dècada de 1950, un gran nombre de joves (o més o menys joves), en la seua majoria xics, però també xiques, van decidir de sobte que, sense cap habilitat musical evident o formació, podien agafar o dissenyar un instrument, pujar a un escenari i començar a tocar *skiffle*? O per què, en les dècades posteriors, a tota la Gran Bretanya, hi ha hagut un gran nombre de persones, més aviat d'edat avançada (encara que no sempre és així), sovint (però no sempre) professionals qualificats, disposats a passar-se un parell d'hores a la setmana (pagant per aquest privilegi) cantant en un cor, practicant molt, encomanant-se a l'autoritat d'un «mestre» de cor, treballant finalment amb

músics professionals, per a fer un o dos concerts a l'any? I què podria resultar més estrany que aquests dos relats recents sobre el comportament dels fans? El primer és de la periodista de la revista *Vice* Hannah Ewens; el segon és de Lucy Bennett, acadèmica de mitjans de Cardiff.

Finals de 2016 - inici de la primavera de 2017: em desperte a les 2 o les 3 del matí i travesse Londres amb l'autobús nocturn per anar del meu pis, al barri de Peckham, situat al sud, fins a un local de música. No sé a qui m'hi trobaré, però sé que l'endemà a la nit hi ha un concert de pop o de rock i ací estaran els fans, amb ganes de ser els primers a entrar. No sembla que siga particularment exclusiu de cap tipus de música, sempre que n'hi haja moltes fans. Dic «moltes fans» referint-me, quasi en exclusiva, a xiques adolescents, ja que és el que sempre hi ha (Ewens, 2019: 31).

Encara que no estiguen físicament presents i estiguen en zones horàries diferents, els fans [d'U2] es reuneixen per a compartir opinions i coneixements i l'emoció que envolta aquest esdeveniment concret [un concert d'U2 en un estadi a Sud-àfrica] de tal manera que no només se senten part de l'experiència musical «en viu», sinó que hi creen la seua pròpia. Alguns confeccionen i publiquen en les xarxes possibles repertoris de cançons, compartint les seues pròpies travesses, mentre que uns altres reproduïxen els temes que es van interpretant a mesura que s'envien els missatges amb les cançons. Després del concert, l'interés continua: els fans pengen a YouTube enregistraments i cançons de l'espectacle i comparteixen les fotos... Mentre alguns fans utilitzen les xarxes socials per enviar butlletins a uns altres fans durant el concert, hi ha qui porta la connexió més enllà utilitzant un servei anomenat 1000Mikes —autodenominat Radio 2.0— per a retransmetre'ls tot l'espectacle en directe. Els assistents voluntaris fan ús del telèfon mòbil per a connectar-se a la plataforma, que genera un canal personal de retransmissió en viu, al qual uns altres aficionats poden accedir per a escoltar-lo a través de la pàgina web (Bennett, 2012: 548).

Aquestes activitats per a l'audiència, igual que les actuacions dels grups de *skiffle* i els cors, són sens dubte activitats rares i el seu valor per als participants no és fàcilment explicable en els termes dels discursos sobre comerç, art i folklore que ja vaig analitzar en *Performing Rites*. Per als sociòlegs, és molt important documentar i celebrar el comportament singular que l'amor per la música pot inspirar en la vida quotidiana actual, quan la música es veu cada vegada més constantment mediatitzada, explicada i etiquetada. En la lògica comercial dels mitjans digitals, tot ha de categoritzar-se, tot ha d'encaixar en una categoria.

Quan vaig presentar la versió original d'aquest article a Gijón acabí retent homenatge a Jan Fairley, companya de la IASPM i amiga d'Edimburg que va ser la presidenta de la IASPM quan se celebrava l'anterior congrés (a Sud-àfrica el 2011), i que va morir el 2012. Jan era una persona que no acabava de fer el pes en cap de les categories acadèmiques. Era professora i acadèmica independent, i locutora i periodista *freelance*; el seu doctorat el feu en etnomusicologia, però se sentia a gust en la IASPM. En els congressos de música popular tenia com a missió assegurar que els arguments no es limitessin a la música popular angloamericana. Com a etnomusicòloga va argumentar que conceptes com *autenticitat* o *tradicció* havien de parar atenció a les decisions pràctiques dels músics. La creació de música és un art en totes les societats i en les seues nombroses entrevistes amb estrelles internacionals de la música en diverses publicacions, Jan sempre es va interessar més pel que feien que per qui eren. Cercava desexotificar la música rara i celebrar-ne la raresa com a trivial.⁷

A Edimburg, Jan Fairley va cantar en dos grups, un cor d'església i un cor femení de gènere *barbershop*, i sempre l'hi van cridar l'atenció els aspectes poc coneguts de la sociabilitat musical. Sabia que la música era l'activitat humana per excel·lència, que fer música és el que ens fa humans. En termes evolutius, la música és la base de la sociabilitat, la cultura, la

7 Per a consultar una mostra del treball de Jan, vegeu Fairley 2014.

capacitat de fer coses junts per plaer i, per tant, és necessàriament política, una forma important de comprendre el que s'entén per *una bona vida*.

La bona vida no és un tema que abordés de manera directa en *Performing Rites*, però l'he tinguda al cap ara sí ara també durant la desorientadora experiència de vida que va provocar la COVID-19 sense música en viu, i les preguntes que hi plantege ara són: Com s'enllaça la creació de música amb la quotidianitat? De quina manera es veu la sociabilitat afaiçonada per la música? I ara, el meu punt de partida és que

la música popular és un procés, no una cosa.⁸ El seu valor no resideix en la forma de producte congelat, sinó com a activitat social. La música no és quelcom que es té, sinó una cosa que es fa, com a músics, com a audiència, com a melòmans, en ocasions especials i com a rutina. La música popular, és a dir, la música que arrela en situacions socials, s'assumeix necessàriament com una cosa que es dona per feta, però també com una cosa meravellosament rara.

8 Per a aprofundir en aquest argument, vegeu Frith 2018.



REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Bennett, L. (2012). Patterns of listening through social media: online fan engagement with the live music experience. *Social Semiotics*, 22(5), 545-57.
- Ewens, H. (2019). *Fangirls: Scenes from Modern Music Culture*. Londres: Quadrille.
- Fabbri, F., i Quiñones, M. G. (2014). Listening to the Shadows, forty-eight years later, and for the first time. *Volume!*, 11(1), 208-223.
- Fairley, J. (2014). *Living Politics, Making Music*. Farnham: Ashgate.
- Frith, S. (2018). Why there is not such a thing as popular music. En E. Encabo (ed.), *Sound in Motion*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars 1-13.
- Frith, S., Brennan, M., Cloonan, M., i Webster, E. (2013). *The History of Live Music in Britain since 1950. Volume 1: From Dance Hall to the 100 Club*. 1950-1967. Farnham: Ashgate.
- Frith, S., Brennan, M., Cloonan, M., i Webster, E. (2019). *The History of Live Music in Britain since 1950. Volume 2: From Hyde Park to the Hacienda*. 1968-1984. Abingdon: Ashgate/Routledge.
- Frith, S., Brennan, M., Cloonan, M., i Webster, E. (2021). *The History of Live Music in Britain since 1950. Volume 3: From Live Aid to Live Nation*. 1985-2015. Abingdon: Ashgate/Routledge.
- Greenlaw, L. (2021). *Some Answers Without Questions*. Londres: Faber & Faber.
- Hesmondhalgh, D., Osborne, R., Sun, H., i Barr, K. (2021). *Music Creators' Earnings in the Digital Era*. Londres: Intellectual Property Office.

NOTA BIOGRÀFICA

Simon Frith

Simon Frith és professor emèrit de la Universitat d'Edimburg. El seu primer llibre, Sociologia del rock (*The Sociology of Rock*), es va publicar el 1978 i es va traduir al castellà el 1980. Ha publicat molt en el camp de la sociologia musical com a acadèmic i periodista. El seu llibre més recent és el tercer i últim volum de *The History of Live Music in Britain. 1950-2015*, publicat per Routledge el 2021.

