

# De los videomemes a *Tom & Jerry*. La música cuenta en el audiovisual,

de Rubén López-Cano  
(2024, Universidad de Jaén, 368 pp.)

Ana Sedeño-Valdellós  
Universidad de Málaga  
valdellos@uma.es  
<https://orcid.org/0000-0003-3897-2457>

La nueva monografía de Rubén López-Cano, *De los videomemes a Tom & Jerry. La música cuenta en el audiovisual*, publicada por la Universidad de Jaén, es extremadamente instructiva y divertida. Con apariencia de manual sobre música en el audiovisual, afortunadamente trasciende esta expectativa y engancha con su escritura fluida, su enfoque tan completo y lo prolijo de ejemplos y apoyos, en forma de recursos en su página web.

Hay variadas razones por las que leer este trabajo. En primer lugar, la riqueza de su planteamiento, que abarca muchos objetos de estudio, tipos de análisis y perspectivas desde las que estudiar los fenómenos incluidos en él. Estos han sido y siguen siendo centrales para la academia actual en ciencias sociales, por lo que es una inspiración para quienes trabajamos en este ámbito del audiovisual, de la música para la imagen, pero también para quienes experimentamos las dificultades de financiación en proyectos o para publicar. Puede considerarse a Rubén López-Cano un referente inspirador de lo que significa una reflexión profunda, aunque lo hace desde la humildad, sin pretensión de sentar cátedra. En segundo lugar, la aportación del autor se despliega de múltiples maneras y sin dejar de tener en cuenta que la actualidad la dicta la cultura digital y su rico dinamismo. López-Cano demuestra seguir sus lógicas y su propósito de estudiar de manera transdisciplinar la música. Ya nos ha regalado otros trabajos como *La música cuenta. Retórica, narratividad, dramaturgia, cuerpo y afectos* (López-Cano, 2022), donde propone múltiples estrategias para entender la música hoy en todos los géneros narrativos, pero pensándola desde los afectos y el cuerpo. En este trabajo, en cambio, se empeña en tenernos al día de todos los formatos donde la música tiene lugar en la cultura de masas. Con su sola lectura este libro logra, entre otras cosas, mantenernos actualizados sobre la profusa producción mediática en torno a las redes sociales. Otro elemento destacable, que anima a leer la obra, son los aderezos personales e íntimos, que enriquecen una prosa amena, llena de anécdotas, comentarios, observaciones sobre gustos culpables (y no) y todo tipo de información específica sobre música, películas, series... No es posible entender cómo López-Cano puede haber visto todo ese caudal de contenido audiovisual.

Para quien escribe estas líneas, un elemento que resulta muy útil y que diferencia el libro es su estructura interna. El autor no explica un efecto mediante su descripción teórica y su posterior ejemplificación; por el contrario, nos cuenta una historia con un caso, una serie, una película y la escena seleccionada y tras ello desmenuza el concepto teórico en cuestión. Esto resulta especialmente didáctico porque así nos ha enganchado ya al argumento y a la nueva idea que presenta, enmarcándola mucho mejor. Como ejemplo puede citarse su excelente listado de clichés musicales (pp. 72-73), útil para cualquier estudiante de cine, pues da cuenta de hasta qué punto el arte fílmico construye nuestra realidad y lo que consideramos verosímil, es decir, cómo se normalizan toda una serie de momentos en nuestro imaginario colectivo. Esta es una ocasión para percibir cómo escribe el autor, cómo ameniza el discurso, y cómo va amueblando el texto con notas, citas y todo tipo de ingredientes, prueba de su vasta cultura. Demuestra que “la música cuenta en el

audiovisual” de maneras muy diversas, que van mucho más allá de su relación con la historia que se cuenta, el mensaje o contenido.

El primer capítulo, “La diégesis: síntomas, diagnóstico, tratamiento y prevención”, es, según su autor, teórico y denso, aunque resulta de gran importancia para exponer abierta y profusamente toda una batería de autores y retomar un debate clásico y nuclear, que quizás ha hecho mucho daño a la música en el audiovisual. En él, López-Cano desvela los argumentos y las razones por las que cree que la dicotomía más importante de la teoría de la música en el cine —la división entre música diegética y extradiegética— no resulta tan reveladora, debiendo ser repensada su centralidad. En el capítulo se revisan y repasan algunas aportaciones teóricas de académicos clave tanto en la historia de la música en el audiovisual (Gorbman, 1987; Chion, 1993), como de los estudios fílmicos (Bordwell, 1996); a esto se van sumando constantemente datos y ejemplos, que van alimentando la argumentación, sin apresurar las conclusiones. Efectivamente, el concepto de diégesis y la división entre música diegética y no diegética son centrales en el análisis del sonido en el audiovisual, aunque a veces no hayan sido muy felizmente desarrollados, fruto de la infravaloración tradicional del elemento sonoro, que continúa aún hoy en día. El autor profundiza en muchas de las claves para entender la investigación intelectual sobre este tema; si encontramos en el título del libro “la música cuenta” y en un epígrafe “la música no cuenta” es porque la posición de López-Cano es viva y dinámica, no se describe en pocas páginas y, lo mejor, no está cerrada. Con ello abre los significados de esta última frase a la interpretación de los lectores: la escasa relevancia que sigue teniendo la música incluso en los análisis musicales que llegan desde los estudios fílmicos, es una afirmación general contra la que lucha esta monografía.

Según López-Cano, la diégesis aparece en estudios de cinematografía y no en torno a reflexiones sobre la narración en sí misma y esto lastra y condiciona en gran medida la concepción del fenómeno. Para demostrarlo, repasa gran parte de la teoría narrativa clásica, con las ideas de Souriau (1953), Heldt (2013), Metz (2002a y 2002b) y Genette (1998), aclarando entre otras cosas los tres niveles de narración de este último, problematizándolos y confrontándolos con algunos esfuerzos que se han hecho desde la musicología (Stilwell, 2007) por señalar esa “brecha fantástica” que lastra a la música en el cine. La tesis es que la música ayudaría como herramienta de la diegetización, pero que está muy conectada a la experiencia del oyente; como no se ha avanzado mucho en el estudio en este sentido, la investigación sobre la música en el audiovisual ha estado bloqueada. Por ello, López-Cano hace suya la posición de Hven (2022) cuando denuncia que “la música está condenada a ser un mero complemento a la referencialidad diegética: aporta una pátina connotativa, un ‘significado superpuesto al significado literal y diegético de la película’” (p. 83). Este posicionamiento, de alguna manera revolucionario o al menos refrescante en el estudio de la música en el audiovisual, tiene más efectos positivos, porque destapa una jerarquía epistemológica injusta, que concibe la diégesis como un mundo

que existe independientemente de su destinatario (Hven, 2022). Si a estas alturas la diégesis, las narraciones e incluso las películas en general permanecen alejadas e independientes del destinatario, de sus dudas, desvelos, sus interpretaciones y reinterpretaciones, habría que preguntarse a quién beneficia esto. Como propuesta alternativa, el tratamiento de la música como un elemento de la experiencia de la película resulta especialmente bien ajustado al término “posición de sujeto”, que se refiere a los “procesos interactivos de negociación de la subjetividad” (p. 81). Aquí López-Cano recurre a las ideas de Johnston (1985), Clarke (1999), Restrepo (2020) y muchos otros, desde diversos campos de reflexión. La música actúa en esta dirección de construcción. Con otras palabras, lo diegético se queda corto siempre y refuerza la jerarquía ontológica de la que no pueden librarse los estudios de cine ni del audiovisual en general, y que afectan a la música tan directamente. Para abordar un camino diverso, López-Cano se vale de autores que han investigado sobre las funciones ambiguas y siempre en movimiento de la música, como Kassabian (2001) o Cecchi (2010). Con Yacavone (2012), nos da argumentos para no confundir la fábula con toda la película, error que afecta al estudio de la música de cine: queda así claro que la música y el sonido tienen un valor que va más allá, que desempeña muchas otras funciones y que tiene mucho que aportar al mundo de la obra fílmica. Con ello, el autor aporta un argumento mortal contra el “sesgo de fábula” —esto es, “la convicción de los musicólogos de que en un dispositivo narrativo lo más importante, si no lo único, es la historia vehiculada por el relato” (p. 92) —; con ello, rechaza la necesidad de explicar toda la película desde lo que se cuenta en ella.

El segundo capítulo, “*Tom & Jerry* y la comedia de golpe y porrazo”, se interna en la unidad mínima de la comedia, el gag, y cómo la música estructura y transita por sus componentes. La serie *Tom & Jerry* fue creada por William Hanna y Joseph Barbera en 1940 para la MGM y, según López-Cano, es parte de sus recuerdos de infancia. La extrema delicadeza y nostalgia con la que esta sección se adentra en los vericuetos de la comedia y el papel de la música en ella se puede comprobar y degustar... A partir de aquí, se tratan fenómenos musicales muy importantes para ciertos géneros fílmicos y que se encuentran de lleno en la serie de dibujo animado, como la música autónoma, la música de fondo, las piezas paramusicales y el *Mickey Mousing*, sin dejar atrás otros como los leitmotivos... Especial interés y tratamiento esclarecedor da el autor al *Mickey Mousing* a través del concepto de anáfora sónica y audiovisual de Tagg (2015) y de los de isomorfismo e iconismo (Curtis, 1992). Aconsejamos comprobar la tabla/mapa de tipos y rangos de *Mickey Mousing* en la música de Scott Bradley (p. 122), que constata el auténtico tesoro de riqueza y aportación musical o interacción multifuncional de la música en esta obra audiovisual. Como afirma López-Cano, “el *Mickey Mousing* [sic] no es un proceso de traducción intersemiótica lineal, sino un componente de una articulación audiovisual que propone un ejercicio de percepción multimodal, intermodal o intersensorial” (p. 121). El capítulo finaliza con un análisis metódico, en términos macro, de la estructuración mu-

sical del relato, en el que el autor trata especialmente el tema del leitmotiv en la construcción de la subjetividad de personajes como Jerry. Esto lo hace proponiendo una estructura básica del gag, además de varios modelos de musicalización de un gag simple, como son la vectorialización musical o paramusical, o la música enmarcadora del gag.

El capítulo tercero, titulado “El nada discreto encanto de la hipérbole: la música en la argumentación publicitaria”, mantiene la ambición de contribuir al estudio de la música en el audiovisual y a la vez trata de presentar un modelo teórico que explique las tareas del sonido y la música dentro de la argumentación publicitaria. Para ello, el autor vuelve a un concepto interesante acerca de la música en el audiovisual que tiene que ver con la posición de sujeto. Esta idea vertebra toda la obra, como ya se ha adelantado, pero en este capítulo se transforma de manera preciosa para hacer evidente que la música hay que entenderla desde la experiencia sensorial del destinatario/lector/espectador de cualquier obra creativa. En este sentido, la música es en gran parte creadora de esa posición de sujeto, básicamente insertándonos en el dispositivo publicitario, aunque tiene también una importante función, la de estructuración, como López-Cano demuestra generando múltiples esquemas de exposición-integración, anuncios de problema-solución o demostrando que se puede confiar en el poder dialéctico de la música para separar secciones. Mediante un análisis detallado de naturaleza retórica apoyado en Saborit (2000), Cook (2000) o Tagg (2015) se destacan las formas en que en el anuncio publicitario se produce trasvase de significados entre los elementos que forman parte del dispositivo; este trasvase es máximo y muy creativo entre la música y el resto de componentes de cualquier texto audiovisual. Siguiendo al influyente Cook (2000), explica los procesos de sedimentación del significado, fruto de una dinámica que va desde la música a las imágenes y viceversa, pues la circulación del sentido se produce en todas las direcciones en los textos publicitarios. Mientras se examinan algunas técnicas publicitarias como la incoación, la interpelación o la estrategia del gag, se dan ejemplos y se repasan formas de música publicitaria como el *jingle*, el *cover*, la música al estilo, la *sound alike...* que prueban que la música en la publicidad se encuentra más desarrollada en su terminología. Hay que decir que en la investigación sobre este ámbito destacan algunos investigadores españoles, como Cande Sánchez-Olmos; Toni Guijarro y Clara Muela, o Rafael Rodríguez López. Especialmente útil resulta la revisión de los tipos de anuncios y cómo se articula la música en ellos, con multitud de ejemplos (casi 30 recursos en este capítulo), que pueden visionarse en la página web complementaria. Esta sección supone una magistral reflexión, donde no falta un mensaje crítico y un intenso debate sobre cuestiones centrales de la publicidad como fenómeno contemporáneo.

El capítulo cuarto resulta una gran pirueta en el baile que es este libro, dando una mirada a la cultura digital transmedia, que hace que todos los textos culturales se encuentren en un revitalizador proceso de reapropiación, cocreación de contenidos y circulación constante en el inmenso espacio digital. Con el título de “Tratado de memética general y de la

videomemética musical”, realiza un aporte fundamental en cuanto el formato tratado es aún más original y está más desplazado de la atención académica. Por ello la introducción a una teoría memética y su aplicación a la música en el contexto de los videomemes resultan tan estimulantes. Hay que destacar también el esfuerzo de situación que se aprecia en la escritura de esta parte, y que nos desvela al autor como un experto en el tema, lo que no es poco tratándose de una forma dinámica de folclore global digital, siempre en cambio vertiginoso. El autor se vale de las definiciones de Wiggins y Bowers (2015), Shifman (2014) o Marino (2015) sobre el videomeme o el internet meme, pero propone sus propios rasgos para el meme, en torno a la propagación masiva, la transformación continua que responde a otras anteriores y la generación de conversaciones digitales.

*De los videomemes a Tom & Jerry. La música cuenta en el audiovisual* es un trabajo avanzado que integra la tradición con lo más novedoso y supone una apertura de retos para el futuro. Es un libro concebido para “degustarse lentamente; con parsimonia y tranquilidad”, como dice López-Cano (p. 33). Su lector modelo es variado: perfecto para quien quiera profundizar en los textos audiovisuales de la cultura digital, como los memes y todos los que se derivan del spot o tienen en la argumentación publicitaria su base, pero también dedicado a expertos e investigadores de este ámbito, porque organiza todo un aparato conceptual listo para ser aplicado a otros formatos y mensajes. La calidad de su aportación nos permite afirmar que es un texto trascendente en el actual panorama de la reflexión en comunicación, en musicología y en general para las ciencias sociales. En definitiva, se trata de un texto que da cuenta de cómo el panorama de la investigación musical está cambiando rápido y de una manera muy emocionante. No resulta problemático elegir objetos de estudio como los memes, los anuncios y otros procedentes de las redes sociales, como bien demuestra esta propuesta, que da un paso de gigante para que otros investigadores se atrevan a realizar tesis doctorales, trabajos y todo tipo de aproximaciones sistemáticas a los productos de la cultura audiovisual contemporánea. Rubén López-Cano ha escrito una obra divertida, llena de sentido, que tiene en cuenta la tradición académica de los estudios fílmicos y narratológicos, unidos a tantos formatos periféricos, menores para gran parte de la academia, como la cultura digital. Su gran sabiduría se combina con una capacidad para el divertimento y la ironía, y con un profundo conocimiento de su campo de trabajo, como un maestro sabio repleto de referencias sobre la historia de la música, la cultura visual y la creación artística en general... Hay que agradecer su generosidad y su permanente activación a pensar, a debatir y a repensar cómo la música se encuentra tan estrechamente vinculada a nuestra existencia cultural contemporánea.

## Referencias

- Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Paidós.
- Cecchi, A. (2010). *Diegetic versus Nondiegetic: A reconsideration of the conceptual opposition as a contribution to the theory of audiovision*. *Worlds of Audiovision*. [http://www-5.unipv.it/wav/index.php?option=com\\_content&view=article&id=71&lang=en&Itemid=](http://www-5.unipv.it/wav/index.php?option=com_content&view=article&id=71&lang=en&Itemid=)
- Chion, M. (1993). *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós.
- Clarke, E. (1999). Subject-Position and the Specification of Invariants in Music by Frank Zappa and PJ Harvey. *Music Analysis* 18(3), 347-374. <https://doi.org/10.1111/1468-2249.00099>
- Cook, N. (2000). *Analysing Musical Multimedia*. Oxford University Press.
- Curtis, S. (1992). The Sound of Early Warner Bros. Cartoons. En R. Altman (Ed.), *Sound Theory, Sound Practice* (pp. 191-203). Routledge.
- Genette, G. (1998). *Nuevo discurso del relato*. Cátedra.
- Gorbman, C. (1987). *Unheard Melodies: Narrative Film Music*. Indiana University Press.
- Heldt, G. (2013). *Music and Levels of Narration in Film*. Intellect Books.
- Hven, S. (2022). *Enacting the Worlds of Cinema*. Oxford University Press.
- Johnston, S. (1985). Film Narrative and the Structuralist Controversy. En P. Cook (Ed.), *The Cinema Book* (pp. 222-250). British Film Institute.
- Kassabian, A. (2001). *Hearing Film: Tracking Identifications in Contemporary Hollywood Film Music*. Routledge.
- López-Cano, R. (2022). *La música cuenta: retórica, narratividad, dramaturgia, cuerpo y afectos* (2ª ed.). Esmuc.
- Marino, G. (2015). Semiotics of spreadability: A systematic approach to Internet memes and virality. *Punctum. International Journal of Semiotics* 1(1), 43-66. <https://dx.doi.org/10.18680/hss.2015.0004>
- Metz, C. (2002a). *Ensayos sobre la significación en el cine, vol. 1*. Paidós.
- Metz, C. (2002b). *Ensayos sobre la significación en el cine, vol. 2*. Paidós.
- Restrepo, E. (2020). Sujeto de la nación y otrerización. *Tabula Rasa*, 34, 270-288. <https://doi.org/10.25058/20112742.n34.13>
- Saborit, J. (2000). *La imagen publicitaria en televisión*. Cátedra.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
- Souriau, É. (1953). *L'univers filmique*. Flammarion.
- Stilwell, R. J. (2007). The Fantastical Gap between Diegetic and Nondiegetic. En D. Goldmark, L. Kramer y R. Leppert (Eds.), *Beyond the Soundtrack: Representing Music in Cinema* (pp. 184-202). University of California Press.
- Tagg, P. (2015). *Music's Meanings: A Modern Musicology for Non-Musos*. The Mass Media Music Scholars' Press.
- Wiggins, B. E. y Bowers, G. B. (2015). Memes as Genre: A Structuralist Analysis of the Memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906. <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>
- Yacavone, D. (2012). Spaces, Gaps, and Levels: From the diegetic to the aesthetic in film theory. *Music, Sound, and the Moving Image*, 6(1), 21-37. <https://doi.org/10.3828/msmi.2012.4>