

REVISTA

de MUSICOLOGÍA

Vol. XXXIII N^{os} 1-2 2010

Madrid

ISSN: 0210-1459

RAM

seam
SOCIEDAD ESPAÑOLA
DE MUSICOLOGÍA

REVISTA DE MUSICOLOGÍA

Vol. XXXIII, 1-2 (2010)

VII CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MUSICOLOGÍA

(Cáceres, 12 al 15 de noviembre de 2008)

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MUSICOLOGÍA

Carretas, 14, 4º – 28012 Madrid (España)

Tel. y Fax: 915 231 712

Dirección electrónica: sedem@sedem.es – Página web: www.sedem.es

JUNTA DIRECTIVA

Presidente: Lothar Siemens
Anterior presidente: † Samuel Rubio, Ismael Fernández de la Cuesta, † Dionisio Preciado, Rosario Álvarez
Vicepresidente: José Antonio Gómez
Secretaría: Elena Vázquez
Tesorero: Miguel Bernal
Vocales: Pilar Ramos, Francisco Roa, José Sierra, Álvaro Zaldívar

REVISTA DE MUSICOLOGÍA

Redacción: Elena Torres Clemente. Departamento de Musicología
Facultad de Geografía e Historia. Universidad Complutense de Madrid

C/ Profesor Aranguren, s/n. – 28040 Madrid

Tel.: 91 394 57 69 – Fax 91 394 53 76

Dirección electrónica: revista@idecnet.com – Página web: www.sedem.es

CONSEJO DE REDACCIÓN

Directora: Elena Torres
Vocales: Ismael Fernández de la Cuesta, Yvan Nommick, Pilar Ramos, Luis Robledo, Víctor Sánchez
Revisión de textos: Dácil González
Revisión de textos en inglés: Yolanda Acker

CONSEJO ASESOR

ALIER, Roger (*Universidad de Barcelona*)
ÁLVAREZ, Rosario (*Universidad de La Laguna*)
BAGÜÉS, Jon (*Eresbil. Archivo de Compositores Vascos*)
BORDAS, Cristina (*Universidad Complutense de Madrid*)
CÁMARA, Enrique (*Universidad de Valladolid*)
CARRERAS, Juan José (*Universidad de Zaragoza*)
DANUSER, Hermann (*Humboldt-Universität zu Berlin*)
DODERER, Gerhard (*Universidade Nova de Lisboa*)
FERNÁNDEZ DE LA CUESTA, Ismael (*Real Academia de Bellas Artes de San Fernando*)
GALLEGO, Antonio (*Real Academia de Bellas Artes de San Fernando*)
GARCÍA FRAILE, Dámaso (*Universidad de Salamanca*)
GÓMEZ, José Antonio (*Universidad de Oviedo*)
GREGORI, Josep Maria (*Universidad Autónoma de Barcelona*)
GRIFFITHS, John (*The University of Melbourne*)

JAMBOU, Louis (*Université Paris Sorbonne. Paris IV*)
KLEINERTZ, Rainer (*Universität Regensburg*)
LOLO, Begoña (*Universidad Autónoma de Madrid*)
LLORENS, José María (*CSIC. Departamento de Musicología*)
MARTÍN MORENO, Antonio (*Universidad de Granada*)
NOMMICK, Yvan (*Casa de Velázquez*)
RAMOS, Pilar (*Universidad de La Rioja*)
ROBLEDO, Luis (*Real Conservatorio Superior de Música de Madrid*)
SIEMENS, Lothar (*El Museo Canario*)
SIERRA, José (*Real Conservatorio Superior de Música de Madrid*)
VILLANUEVA, Carlos (*Universidad de Santiago de Compostela*)
VIRGILI, María Antonia (*Universidad de Valladolid*)
ZALDÍVAR, Álvaro (*Conservatorio Superior de Música «Manuel Massotti Littel» de Murcia*)

El Consejo de Redacción no se responsabiliza de las opiniones emitidas por los colaboradores en las diferentes secciones de la *Revista de Musicología*, puesto que son exclusivamente de su competencia.

Diseño de la cubierta: Mercè Franco Roca
Maquetación: Ignacio Fernández Montero
I.S.S.N.: 0210-1459 – Depósito Legal: M-38068-1978
Imprime: Taravilla – Mesón de Paños, 6 – 28013 Madrid

El negocio de la música en Granada a través de la prensa (1833-1874)

Descripción y Objetivo

Este póster trata sobre la actividad comercial en torno a la música en Granada durante el reinado de Isabel Segunda y el Sexenio Revolucionario, con el fin de aproximarnos a las prácticas musicales de las clases medias y altas locales. Con este estudio pretendemos subrayar la importancia de la dimensión comercial como condicionante básico para el desarrollo de la vida musical de cualquier población en un momento dado, como en este caso, la ciudad de Granada a mediados del siglo XIX.

Fuentes hemerográficas

La investigación se ha elaborado a través de un exhaustivo vaciado de la prensa local, en el que se han localizado más de cuatrocientos artículos aparecidos en cincuenta y dos publicaciones periódicas. En el caso de la información comercial, consideramos las publicaciones periódicas una fuente muy rica y válida. En contrapartida, su manejo conlleva para el investigador una serie de obstáculos y dificultades, entre ellas, la falta de existencias y una dilatada tarea de acopio de datos.

PIANO VERTICAL.
Procedente de una de las librerías más respetadas del Reino, acaba de llegar a esta ciudad, de buenas condiciones y excelentes voces.
Las personas que gusten podrán tratar de su adquisición con Don Antonio de la Cruz, Carrera de Genil, núm. 19.

BOPOP
(n.º 11, 12-1-1861, pág. 4)

ANUNCIOS.
AGUILO MONTEJO WEISS,
Director de Piano y Órgano.
Facilita piano de íntimo, vende al contado y a plazo, y los cambia. Si las condiciones de compra se han realizado al piano de construcción de fábrica.
Las señoras que gusten favorezcan pronto a su casa, Carrera de Darro, Puente de Espinosa núm. 27.

La Alhambra
(año 14, n.º 3.738, 12-VII-1870, pág.2)

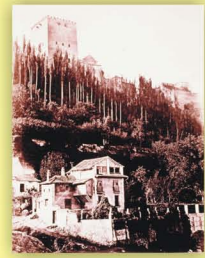
BOPOP
(n.º 183, 30-VI-1858, pág. 4)

PAPEL PARA ESCRIBIR MÚSICA.
de buena impresión en el pentagrama, grande y de fuerte para que no se impregne. En cada hoja de 8, 10, 12, 14, 16, 18 y 20 papeles, tanto en medio pliego como en cuartillo. Véndase en la librería de Sabat, calle de Librería, números 8 y 10—de muestra para que se pruebe.

Contexto: Granada en las décadas centrales del XIX

La ciudad mantiene una actividad cultural y musical intensa a pesar de ser un centro económico en decadencia y de estar alejado de los principales circuitos comerciales. Esta condición cultural se ve favorecida por:

- Su carácter aristocrático, administrativo y universitario
- Su atractiva fisonomía, que la hace lugar de encuentro de viajeros y artistas
- La existencia de diversos espacios culturales: teatros, cafés musicales, sociedades de instrucción y recreo, tertulias en residencias particulares, librerías e imprentas, centros de enseñanza superior y especializada, etc.



La Alhambra desde el Paseo de los Tristes, por Charles Clifford

Reservados fotográficos de la vista de S. M. y A. A. R. E. a Andalucía y Murcia en septiembre y octubre de 1862 (Biblioteca Nacional de España)



Evolución de los anuncios musicales

La aparición de la publicidad musical en la prensa está condicionada por dos factores: uno es la inclusión, desde mediados del siglo, de una sección de anuncios en la última página de los diarios, y el otro es el estado de la economía. Así, observamos que el mercado musical granadino experimenta un boom en la década de 1855 a 1864, seguido de una caída drástica causada por la crisis del final del reinado isabelino, recuperándose posteriormente.



La publicidad musical en la prensa local

La prensa jugó una función esencial como difusora de información y estimuladora de un consumo alimentado por la moda, en una ciudad alejada de la Corte y de medianas dimensiones. Entre los argumentos publicitarios utilizados para fomentar la adquisición de productos musicales podemos citar: el precio, las facilidades de adquisición, el factor moda o novedad, el prestigio de la fábrica, la autoría acreditada o la fama de la obra, la calidad, practicidad o funcionalidad, la tecnología, el diseño y lujo, las garantías del servicio y la disponibilidad del producto, la variedad, la experiencia de la empresa y, en los bienes usados, el estado de conservación.

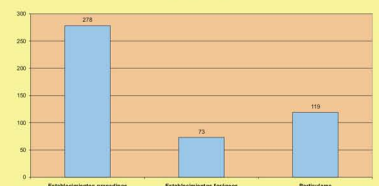
Elementos del comercio musical:

	Productos	Anunciantes	Operaciones
Bienes	Instrumentos y accesorios	• Particulares • Establecimientos (talleres-olepticos)	Venta - Alquiler Subasta - Intercambio
	Partituras y Revistas	• Establecimientos (imprentas-librerías- litografías- reducciones prensa)	Venta - Suscripción
	Libros	• Particulares	
Servicios	Construcción - Reparación - Afinación de instrumentos	• Establecimientos (talleres)	Contratación
	Interpretación	• Particulares	Contratación
	Copia - Edición - Impresión	• Particulares (copistas) • Establecimientos (litografías- reducciones prensa)	Contratación - Venta-Suscripción
	Educación y Docencia	• Particulares • Establecimientos	Contratación - Matriculación

Anunciantes:

Es llamativo el alto porcentaje de particulares (uno de cada cuatro anunciantes) que publicitan productos musicales, especialmente instrumentos, lo que nos habla de un mercado de segunda mano. La presencia de negocios foráneos, establecidos temporalmente en la ciudad o que actúan a través de intermediarios y comisionistas, es bastante reveladora (el 16%). Con ello queda bastante reducido el marco de acción de los comercios granadinos, que mueven sólo un 59% de la actividad mercantil local.

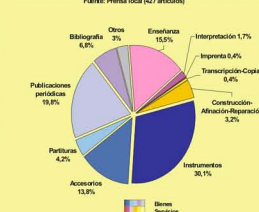
Condición de los anunciantes de productos musicales (1833-1874)



Productos musicales:

Del conjunto de productos, los instrumentos musicales son los bienes más comercializados, seguidos de las publicaciones periódicas con contenidos musicales y los accesorios (musicales, de baile y de teatro). Dentro de los servicios, se da en la ciudad una amplia oferta de enseñanzas musicales de diverso tipo y nivel, que contrasta con la escasa presencia de anuncios de talleres de construcción y compostura de instrumentos, así como de trabajos de impresión musical.

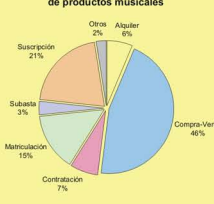
Productos del comercio musical en Granada (1833-1874)



Operaciones comerciales:

Casi dos tercios de los intercambios vinculados al comercio musical se refieren a compra-venta de bienes, lo cual demuestra la importancia concedida por los consumidores a la propiedad (especialmente en el caso de instrumentos musicales). Siguen muy de lejos otras formas de adquisición, como la suscripción a revistas o colecciones por entregas, la matriculación en centros de educación musical, la contratación de servicios profesionales, el alquiler o la subasta de productos.

Operaciones realizadas en el comercio de productos musicales



Bienes:

Partituras, Revistas y Bibliografía:

En Granada, hay un vacío de negocios musicales para surtir al público de estos productos, por lo que la oferta se canaliza a través de librerías, imprentas y redacciones de periódicos. Las partituras se venden sueltas, en colecciones o como suplemento de revistas, entre ellas, El Álbum Granadino (1856) y el Genil (1873-74). Hay un gran consumo de publicaciones periódicas culturales y femeninas que incluyen noticias musicales. También se venden métodos de piano, armoniflauta, solfeo, armonía y guitarra; libretos de óperas; biografías de compositores e intérpretes famosos; historias de la música, etc.



Serenata «El trovador» (para canto y piano), música de Antonio de la Cruz y texto de P. A. de Alarcón

El Álbum Granadino n.º 16, I-VI-1856 (Museo Hemerográfico Casa de los Tíros de Granada)

Accesorios:

- **Musicales:** para instrumentos (cuerdas y bordones, piezas supletorias, arcos, banquetes, estuches), metrónomos, papel pautado, atriles, estrados, ...
- **Para el Teatro:** anteojos y guardarropa de personajes
- **De Baile (carnaval):** máscaras, capuchones y trajes

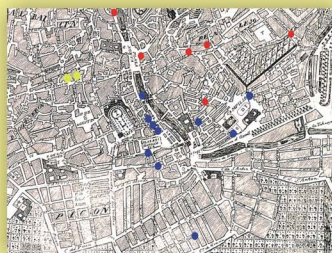
Servicios:

- **Construcción, Reparación y Afinación:** talleres de organería poco especializados y efímeros, con artesanos autodidactas que compatibilizan este oficio con otras tareas (José Casielles y José Izquierdo). Desde el Sexenio aumenta la profesionalización (Adolfo Montero Weiss). El gremio de violeros es más tradicional y familiar (Antonio y Nicolás del Valle, José Ortega).
- **Edición e Imprenta:** durante estos años no existen en la ciudad editores, grabadores ni impresores especializados, las escasas publicaciones musicales se llevan a cabo en litografías que realizan trabajos de todo tipo.
- **Copia y Transcripción:** se ofrecen particulares para realizar copias y transcripciones de música religiosa, instrumental y teatral.
- **Interpretación:** se anuncian músicos de banda, orquesta, iglesia y para acompañar a cantantes.

- **Enseñanza musical:** según los anuncios de la prensa, la educación musical en la ciudad es privada y se lleva a cabo en centros de instrucción masculinos y femeninos como "rama de adorno", es decir, opcional (dando teoría musical, piano, flauta, canto y/o baile). También hay abundantes academias particulares, que imparten de forma especializada danza, solfeo y técnica instrumental. Algunas sociedades culturales ofrecen enseñanza musical de carácter amateur, como el Liceo Artístico y Literario y Las Delicias. Finalmente, destacamos la Escuela de Canto y Declamación de Isabel Segunda (1861-64) fundada y dirigida por el barítono Giorgio Ronconi, como modelo de formación musical profesionalizada.

Localización urbana:

- **Talleres de organería (pianos y órganos):** Realejo, San Matías, Carrera de Darro y Plaza Nueva
- **Talleres de guitarras y violines:** calle Elvira
- **Tiendas y depósitos de instrumentos:** zona comercial (Mesones, Plaza Bibarrambla, Zacatín y Alcaicería) y zona de ocio (Plaza del Campillo y Carrera del Genil)



Conclusiones:

A mediados del XIX, existe en Granada una actividad comercial en torno a la música bastante dinámica, a pesar de la fragilidad de los establecimientos locales, de carácter artesanal, poco especializados y efímeros en el tiempo. Este hecho se compensa con la presencia de empresas foráneas y con el mercado de segunda mano (entre particulares). A partir del Sexenio, sin embargo, la situación experimenta un cambio positivo con la aparición de negocios más profesionales y estables (especialmente en el ámbito de la construcción y venta de instrumentos de tecla). Por otra parte, se da en la ciudad una amplia oferta de publicaciones periódicas culturales con información musical, y de colecciones de libros y partituras por entregas. La enseñanza musical es privada y enfocada a cubrir un nivel básico requerido en la educación burguesa, con excepciones. La música es un objeto de lujo y un signo de distinción social.