

**UNFIT FOR AUNTIE BEEB**  
**La BBC i la música pop en la ràdio (1955-1974), des de  
la perspectiva de l'anàlisi del discurs de Foucault**

**Estudis interdisciplinaris**

**UOC – Humanitats**



**Cristina Gonzalo García**

**Director TFG: Andreu Besolí Martín**

**Juny de 2019**

## ÍNDEX

<b>RESUM.....</b>	<b>1</b>
<b>1. PRESENTACIÓ.....</b>	<b>2</b>
<b>2. TEMA I OBJECTIUS.....</b>	<b>3</b>
<b>3. MARC TEÒRIC I ESTAT DE LA QÜESTIÓ.....</b>	<b>4</b>
<b>4. ÀMBIT DE LA RECERCA.....</b>	<b>5</b>
<b>5. METODOLOGIA I TÈCNiques D'INVESTIGACIÓ.....</b>	<b>6</b>
5.1. L'ANÀLISI DEL DISCURS: UN MÈTODE EN CINQ FASES.....	7
<b>6. EL <i>BON GUST</i> I EL <i>POP</i>, SEGONS LA BBC (1955-1967).....</b>	<b>9</b>
6.1. FASE 1. CONSTRUCCIONS DISCURSIVES.....	9
6.2. FASE 2. DISCURSOS.....	12
6.3. FASE 3. PRÀCTIQUES DISCURSIVES.....	16
6.4. FASE 4. SUBJECTES.....	18
6.5. FASE 5. PODER/CONEIXEMENT.....	20
<b>7. EL <i>BON GUST</i> I EL <i>POP</i>, SEGONS LA BBC (1967-1974).....</b>	<b>21</b>
7.1. FASE 1. CONSTRUCCIONS DISCURSIVES.....	22
7.2. FASE 2. DISCURSOS.....	24
7.3. FASE 3. PRÀCTIQUES DISCURSIVES.....	25
7.4. FASE 4. SUBJECTES.....	26
7.5. FASE 5. PODER/CONEIXEMENT.....	28
<b>7. CONCLUSIONS.....</b>	<b>29</b>
<b>9. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES.....</b>	<b>32</b>

## Resum

Aquest treball documenta la transformació de la British Broadcasting Corporation (BBC) entre els anys 1955 i 1974, concretament en l'àmbit radiofònic. Durant aquest període, la corporació, que d'ençà la Segona Guerra Mundial s'havia convertit en el principal referent cultural del Regne Unit, va ser acusada d'incomplir les seves obligacions en tant que servei públic. En efecte, arran del sorgiment i ràpida propagació del fenomen del pop, la BBC va haver d'adaptar tant el seu concepte de servei públic com la seva noció d'excel·lència per tal de satisfer una part significativa de la seva audiència que, fins aleshores, havia tractat d'ignorar: els joves. L'any 1967 significa un punt d'inflexió en la BBC: neix Radio 1, l'emissora amb una programació contínua de pop. Malgrat tot, la corporació seguia compromesa amb la seva missió d'informar, educar i entretenir el públic, tot aplicant els màxims estàndards de qualitat a la seva programació. Per a aconseguir-ho, la BBC, d'una banda, va emprar la censura per protegir l'audiència dels continguts presumptament perniciosos i, d'altra, va modificar el seu discurs sobre el que era un dels pilars indiscutibles de la institució: el bon gust. Les conseqüències d'això abasten des de la reconceptualització del bon gust i del pop fins a la creació de nous subjectes/audiències, així com el desplegament d'estratègies que permetessin posar fi al conflicte entre dos ens que, en aquell moment, semblaven completament antagònics.

### **Paraules clau:**

BBC, censura, discurs, pop, ràdio

## 1. Presentació

Durant la Guerra del Golf (1990-1991), la British Broadcasting Corporation (BBC) va elaborar una llista amb seixanta-set cançons que considerava inadequades i va prohibir-ne la difusió a totes les seves emissores. Aquesta anècdota posa de manifest que la censura no afecta només el hip hop o el heavy metal, ni tampoc és exclusiva de règims autoritaris, sinó que ha existit sempre i arreu. A grans trets, entenem per *censurar* l'acció de regular o controlar la llibertat d'expressió. Tant els estats com les organitzacions i els individus poden exercir-la sobre tota mena d'activitats i formes d'expressió humanes, com ara la religió, la política, els mitjans de comunicació o les arts.

Totes les arts han patit les conseqüències de la censura en algun moment o altre. Probablement, la música és la forma d'art més censurada al llarg de la història (Owen, 1998: 5). Al menys, això és el que sosté l'organització Index on censorship. La censura en la música, diuen, ja existia en els temps de Plató. De fet, el llibre III de *La república* conté una de les defenses més enfàtiques de la censura de les arts, ja que els seus efectes poden tant ennoblir com corrompre l'individu.<sup>1</sup> El potencial subversiu de la literatura s'incrementa quan el text és musicat: és per això que les peces cantades han estat més censurades que les instrumentals.

Quan la BBC ràdio es fundà com una empresa privada l'any 1922 i després fou incorporada a l'Estat, era impossible preveure l'impacte que aquest nou mitjà de masses tindria en la cultura i la societat tant al Regne Unit com arreu d'Europa. En esdevenir un servei públic de referència, la corporació assumí certes responsabilitats inalienables envers el seu públic: per aquest motiu, va exercir el rol de *gatekeeper* amb determinació. Així doncs, la BBC ha fet un ús reiterat de la censura per tal de protegir la seva audiència de continguts ofensius, perillosos o, en definitiva, que atempten contra el *bon gust*.

Tanmateix, la censura explícita s'ha d'entendre només com un dels mecanismes —probablement el més evident i polèmic— per a gestionar la música pop. Més freqüent que la prohibició expressa de punxar una cançó concreta fou un tipus de censura més subtil, que marginà alguns artistes i estils musicals. Sigui com sigui, la política musical de la BBC posa de relleu qüestions com ara l'arbitrarietat amb què se sol jutjar el mèrit

---

<sup>1</sup> «¿Y la primacía de la educación musical —dije yo— no se debe, Glaucón, a que nada hay más apto que el ritmo y la armonía para introducirse en lo más recóndito del alma y aferrarse tenazmente allí [...]?». PLATÓN. *La república*, III, 401d.

artístic o si és pertinent fomentar amb recursos públics aquelles formes culturals més minoritàries o transgressores.

## 2. Tema i objectius

El tema que ens ocupa és la política de la BBC ràdio pel que fa als seus continguts musicals, de la qual la censura explícita n'és una part indiscutible, però *no* l'única. És indispensable, en primer lloc, aclarir a què ens referim exactament quan parlem de censura musical, ja que aquest és un terme difícil de definir. Per *censura* podem entendre, tal com fa Cloonan (2003: 15), «the process by which an agent (or agents) attempts to, and/or succeeds in, significantly altering, and/or curtailing, the freedom of expression of another agent with a view to limiting the likely audience for that expression». A més, existeixen dos nivells de censura: la restricció i la supressió. La primera, la més comuna a Occident, és una censura parcial (només a algun mitjà); la segona implica la intervenció i possible persecució per part de l'estat (Ibid.: 18-19).

El Regne Unit fa més de cinc dècades que ocupa un lloc molt destacat tant pel que fa a la producció com al consum de música popular. Atesa la rellevància històrica de la BBC com a institució capdavantera en el sector de la radiodifusió, l'anàlisi del fenomen del pop i la censura a la ràdio ens permetrà veure en quines circumstàncies s'han dut a terme les interaccions entre legisladors, mitjans de comunicació, indústria musical, artistes i diverses institucions socials, com ara la comunitat educativa, l'Església o la família, entre d'altres: totes elles van contribuir, d'una manera o altra, a construir el discurs de la BBC en relació al pop i, sobretot, al bon gust.

L'objectiu general d'aquest treball, doncs, és determinar l'impacte del pop<sup>2</sup> en la construcció del discurs del *bon gust*<sup>3</sup> de la BBC. Aquest concepte, tal com comunament l'entendem avui, sorgeix durant el segle XVIII, raó per la qual George Dickie (1996) es refereix a aquest període com «the century of taste». En efecte, fou aleshores que es formularen algunes de les teories més transcendents sobre el (bon) gust: filòsofs i artistes van debatre sobre si el gust era quelcom innat o es podia cultivar. Així, per Joseph Addison (1712), aquest era «a faculty of the soul», que diferencia «the beauties of an author with pleasure, and the imperfections with dislike». Per altres, com ara

---

2 Aquí emprarem una concepció àmplia del concepte *pop*, que tant pot ser entès tant com a sinònim de rock com incloure subgèneres molt diversos: garage, rock psicodèlic, rock progressiu, glam rock, rhythm & blues, etc.

3 Fins l'any 2006, el Royal Charter al·ludia al concepte de *bon gust*: «Do not include anything which offends against good taste or decency or is likely to encourage or incite to crime or lead to disorder or to be offensive to public feeling». *BBC Charter and Agreement* (2006). «Programme standards».

Francis Hutcheson, David Hume o Joshua Reynolds, conceptes com la *bellesa*, la *virtut* i el *sentit comú* eren pràcticament indestriables. Breument, aquests autors van ajudar a forjar el concepte *bon gust* com una facultat reservada, fonamentalment, als virtuoses.

Tenint tot això en compte, allò que volem comprendre és com la BBC va adaptar el seu discurs arran de l'emergència del fenomen pop. També ens interessa la relació entre la censura i el seu context historicosocial, així com el marc legislatiu i polític en què aquesta es recolza: veurem com el poder es renegocia contínuament i així dóna forma al discurs. Es tracta, en definitiva, d'entendre com la BBC va portar a terme la seva missió per a informar, educar i entretenir<sup>4</sup> l'audiència: aquests són els objectius que sempre l'han definit com a institució.

### 3. Marc teòric i estat de la qüestió

Un dels autors més prolífics pel que fa a l'estudi de la censura de la música popular és Martin Cloonan. A obres com *Banned! Censorship of Popular Music in Britain 1967-1992* (1996) o *Policing Pop* (2003), Cloonan explora els mecanismes mitjançant els quals ha actuat la censura i identifica els diferents tipus deensors i els seus pretextos. Mentre que Cloonan es centra sobretot en la censura a partir de la dècada de 1960, Spencer Leigh, autor i locutor de la BBC Merseyside, ha realitzat una gran tasca de recerca sobre la censura durant les primeres tres dècades del Dance Music Policy Committee (DMPC).<sup>5</sup> Als llibrets que acompanyen la col·lecció *This record is not to be broadcast* (vol. 1 i 2, tres CDs), l'autor recopila nombrosos fragments dels documents interns de la BBC —conservats als arxius de Caversham— en relació a la seva política de censura. Pel que fa a la història de la radiodifusió al Regne Unit, l'obra de referència indiscutible és *The History of Broadcasting in the United Kingdom* (5 volums), d'Asa Briggs.

Tot i que l'obra dels autors esmentats anteriorment és de consulta obligada per tal d'entendre el funcionament de la BBC, així com l'abast i índole de la seva censura, atès que ens interessa analitzar la relació entre poder i coneixement/construcció de la realitat, el nostre principal referent serà Michel Foucault. És difícil sobreestimar la importància de l'obra de Foucault en les ciències socials. L'estudi de la cultura popular pot explicitar, segons ell, com es construeixen diferents visions de la realitat en diferents

<sup>4</sup> La missió de la BBC encara és «to enrich people's lives with programmes and services that inform, educate and entertain». BBC. «Our values». Careers.

<sup>5</sup> L'organisme que s'ocupà de la censura musical fins a la seva dissolució a finals dels cinquanta.

moments històrics. Per a Foucault, el coneixement és producte del *discurs*, concepte que l'autor, a *The Archaeology of knowledge* (1972: 117), defineix de la següent manera:

«[Discourse is] a group of statements in so far as they belong to the same discursive formation; [...] it is made up of a limited number of statements for which a group of conditions of existence can be defined. Discourse in this sense is not an ideal timeless form [...] it is, from beginning to end, historical – a fragment of history [...]

Foucault s'ocupa de la censura tant a *Histoire de la sexualité: La volonté de savoir* (1976) com a *Surveiller et punir: Naissance de la prison* (1975). A la primera, l'autor s'encarrega de desmuntar el tòpic segons el qual el segle XIX fou, en termes de sexualitat, un període fonamentalment repressiu. Ben al contrari, la supressió de determinades maneres de parlar sobre el sexe és el que dóna forma al discurs. A la segona, Foucault continua insistint en la dimensió constitutiva de la censura que, com el poder, és productiva més que no pas destructiva. A aquesta nova perspectiva de la censura, juntament amb la proposada per Pierre Bourdieu a *Langage et pouvoir symbolique* (1991), molt similar, s'ha anomenat *new censorship theory* (Freshwater, 2004).

Quant a la cultura popular i el seu tractament per part dels mitjans de comunicació, cal destacar les aportacions que s'han fet des dels estudis culturals. Per exemple, l'extensa obra del sociomusicòleg Simon Frith —*Popular Music: Critical Concepts in Media & Cultural Studies* (2004) i *Performing rites: on the value of popular music* (1996), entre d'altres— és un excel·lent punt de partida per a comprendre la música en la seva vessant ideològica i com a producte de consum. Stuart Hall, per la seva banda, considera el potencial subversiu de la música i la seva relació amb les subcultures juvenils a *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain* (1976). En una línia similar es mou John Street a *Music and Politics* (2012), obra que emfatitza la reciprocitat entre música i política, mentre que l'obra de John Fiske *Understanding Popular Culture* (2010) subratlla la manera en què la cultura popular reflecteix els gustos i preocupacions de la societat.

#### 4. Àmbit de la recerca

El període cronològic analitzat abasta des de mitjan dècada de 1950 fins a mitjan dècada de 1970. Hem considerat adient estructurar l'anàlisi en dues unitats temporals. La primera comprèn pràcticament dotze anys: de 1955 —any en què el Light Programme

va començar a emetre l'espai *Pick of the Pops*— fins al 29 de setembre de 1967, poc després de l'entrada en vigor de la Llei sobre ofenses a la marina i la radiodifusió,<sup>6</sup> que va il·legalitzar les emissores de ràdio pirates. La segona abasta des del 30 de setembre del mateix any, moment en què s'inaugurà Radio 1 (l'emissora pop), fins a finals de 1974, poc després de la pèrdua del monopoli de la ràdio al Regne Unit.

## 5. Metodologia i tècniques d'investigació

L'anàlisi del discurs, en tant que metodologia qualitativa, implica la lectura o revisió atenta de textos de tota mena, com ara fonts documentals en diversos formats, entrevistes (o les seves transcripcions) o articles de premsa, per tal d'explicar en profunditat un fenomen. Així doncs, la nostra revisió bibliogràfica s'ha centrat, d'una banda, en aquelles fonts primàries que recullen la informació més rellevant sobre la trajectòria de la BBC i, de l'altra, en aquelles que n'ofereixen una interpretació avantatjada amb la perspectiva del temps.

En primer lloc, doncs, hem consultat tots els manuals (*Handbooks*) i anuals (*Annual reports and accounts*) publicats per la BBC entre 1955 i 1974. Aquests són documents molt valuosos perquè contenen descripcions detallades de les activitats de la corporació, així com la justificació de les seves polítiques, tant des d'un punt de vista econòmic com cultural. També hem emprat la plataforma The National Archives per a consultar altres documents sobre iniciatives legislatives en l'àmbit de la radiodifusió. Pel que fa a les contribucions des de l'aparell de l'estat, destaca *Hansard*, la base de dades que compila les transcripcions (no literals) de tots els debats parlamentaris des de l'any 1909. A més, també hem consultat la premsa de l'època, tant musical com ordinària (*The Times*). En tots aquests casos, allò que cercàvem eren els relats en primera persona dels principals implicats en la corporació i en la vida cultural del país: directors generals, consells d'administració, govern, locutors, grups de pressió, etc.

En segon lloc, també hem consultat diverses fonts secundàries, entre les quals destaquen les de Brian Southall, Spencer Leigh, Martin Dibbs i Martin Cloonan. Mentre que els dos primers es concentren en analitzar la censura del pop a la BBC i compilen (sobretot Leigh) moltes de les seves comunicacions internes en relació a aquest fenomen, els dos últims n'ofereixen una visió més panoràmica i crítica. Finalment, als

---

<sup>6</sup> La Marine & Broadcasting (Offences) Act, del 14 d'agost de 1967, en virtut de la qual es prohibia qualsevol relació laboral entre ciutadans britànics i les emissores pirates.



tres últims volums de la monumental obra de Briggs, trobem una anàlisi exhaustiva no tan sols de la BBC, sinó també del seu context historicosocial.

En tercer lloc, hem utilitzat la plataforma Genome de la BBC per consultar els arxius de la revista *Radio Times*, que inclouen les graelles de totes les emissores de ràdio i televisió de la corporació pràcticament des dels seus inicis: l'objectiu era comprovar els canvis en els horaris d'alguns dels programes més populars de Radio 1, com ara *Top Gear*. Pel que fa a les cançons censurades, partíem d'un corpus d'aproximadament un centenar, de les quals n'hem seleccionat algunes de les més rellevants i, quan ha estat necessari, hem utilitzat llocs web com ara Lyrics o Genius per a llegir les seves lletres i entendre millor els motius pels quals va actuar la censura.

Cal esmentar, d'altra banda, que actualment existeixen eines informàtiques per a l'anàlisi del discurs i la recerca qualitativa, en general —anomenades *Computer-assisted qualitative data analysis software* (CAQDAS)—, com ara NVivo i Atlas.ti, entre d'altres. Aquestes són útils per a gestionar grans volums de dades, tant en format text com multimèdia, sempre i quan aquestes estiguin digitalitzades i codificades. Malauradament, no estem segurs de l'eficàcia d'aquest tipus d'eines a l'hora de detectar referències obliqües o poc explícites, les quals són fonamentals en aquest treball.

Pel que fa a la perspectiva metodològica, hem triat l'anàlisi foucaultiana del discurs. La dificultat principal d'aquest tipus d'anàlisi és que no hi ha una única manera de realitzar-lo: com a guia, doncs, hem triat el mètode proposat per Carla Willig a la secció “Foucauldian discourse analysis” de l'obra *Introducing qualitative research in Psychology* (2013) i per Ian Parker a *Discourse Dynamics: Critical analysis for social and individual psychology* (1992). A partir d'aquests, hem desenvolupat un mètode *ad hoc* en cinc fases que sintetitza la contribució d'ambdós autors tot adaptant-la a les exigències d'aquest treball de recerca i que s'explica a continuació.

### 5.1. L'anàlisi del discurs: un mètode en cinc fases

L'anàlisi foucaultiana del discurs es pot dur a terme sobre qualsevol *text* en el sentit en què els estudis culturals empren aquest terme, és a dir, tot allò que tingui significat. D'altra banda, aquest tipus d'anàlisi del discurs no pretén conèixer la veritable naturalesa dels fenòmens (socials, culturals o psicològics), sinó com aquests es construeixen mitjançant el llenguatge i altres pràctiques simbòliques (Willig, 2013: 407). Per tal d'assolir aquest objectiu i sempre tenint en compte la pregunta de recerca que aquest treball es planteja, l'anàlisi del discurs de la BBC en relació al *bon gust* i al

*pop* s'estructura en cinc fases al voltant de cinc conceptes: construccions discursives, discursos, pràctiques discursives, subjectes i poder/coneixement.

L'anàlisi de les **construccions discursives** pretén esbrinar de quina manera es construeixen els objectes del discurs —el que es *pot* dir i *cal* dir sobre aquests— a través dels diversos enunciats, tot conformant un repertori retòric limitat. Els objectes del discurs en què ens centrarem venen determinats per la pregunta de recerca. Cal tenir en compte, a més, tant les referències explícites com les implícites a aquests objectes discursius.

En el subapartat dedicat als **discursos** veurem com les esmentades construccions discursives formen part d'una xarxa més àmplia que conté altres discursos amb els seus respectius objectes. Els discursos no es presenten mai com fenòmens aïllats, sinó que es superposen i s'interrelacionen els uns amb els altres. Aquest punt s'explicitarà mitjançant algunes de les cançons censurades per la BBC.

Quan parlem de **pràctiques discursives** ens referim a les accions legitimades per un discurs determinat. Així, tant allò que es pot dir com allò que es pot fer contribueix a la construcció dels objectes i subjectes del discurs. Seguint aquest raonament, es podran identificar les institucions socials que són afavorides —i les que són desacreditades— pel discurs, de les quals ens ocuparem a la darrera fase de l'anàlisi. En el discurs penitenciari, per exemple, l'arquitectura de les presons és una pràctica discursiva (Foucault, 2009).

L'anàlisi dels **subjectes** palesa que els discursos no tan sols construeixen objectes, sinó també diversos tipus de persones. Aquestes ocupen diferents llocs dins l'entramat dels discursos i tenen, per tant, distintes competències: no es permet a tots els subjectes participar del discurs en igualtat de condicions, sinó que cadascun percep i accepta que hi té un rol definit. Per exemple, en el discurs de la sexualitat de finals del segle XIX, l'homosexual va esdevenir un subjecte diferent del sodomita o del pederasta (Foucault, 2011).

Per acabar, al subapartat **poder/coneixement** ens ocuparem dels efectes del discurs en la mesura que aquest reproduceix relacions de poder i té, d'aquesta manera, un impacte en l'experiència dels subjectes implicats. Alguns discursos es propaguen eficaçment fins a esdevenir hegemònics, mentre que d'altres són silenciats. A quines institucions beneficien i, per tant, interessa promoure aquests discursos? A qui, per contra, pot interessar dissoldre'ls?

## 6. El *bon gust* i el *pop*, segons la BBC (1955-1967)

Al llarg dels següents cinc subapartats, analitzarem com es va desenvolupar el discurs de la BBC en relació al *bon gust* i al *pop* durant gairebé tretze anys, temps en què la institució va renunciar gradualment a l'herència de Lord Reith en favor de la modernització proposada pels seus successors, particularment de Hugh Greene.

### 6.1. Fase 1. Construccions discursives

En aquest primer subapartat, que correspon a la primera fase de l'anàlisi, s'han compilat els enunciats més rellevants al voltant dels objectes del discurs *gust* i *pop*. Es tracta de veure com aquests conceptes es van anar construint, tant explícitament com implícitament, en els textos produïts pels implicats en el desenvolupament de les polítiques de la BBC. S'han inclòs, a més, alguns textos anteriors al període estudiat, atesa la seva vigència durant la dècada de 1950 i bona part dels anys seixanta.

Inclús abans d'esdevenir la BBC com la coneixem avui, la companyia ja atreïa l'interès de la classe política. L'any 1925, arran de la inauguració de la primera estació de ràdio d'ona llarga, el Primer Ministre, Stanley Baldwin, va afirmar que aquest esdeveniment era «a milestone along the road for the social betterment of our people» (Briggs, 1985: 83). El següent fragment de *Broadcast over Britain*, obra del carismàtic primer director general de la BBC, John Reith, conté un missatge molt similar:

Rightly developed and controlled, [broadcasting] will become a world influence with immense potentialities for good —equally for harm [...]. It must not be used for entertainment purposes alone [...]. He who prides himself on giving what he thinks the public want is often creating a fictitious demand for lower standards which he will then satisfy. (Reith, 1924, citat a Briggs, 1985: 85)

Pocs anys després, en 1928, va aparèixer el primer manual (l'anomenat *Handbook* o, en ocasions, *Yearbook*) que la BBC edita anualment des que va esdevenir corporació. En aquest exemplar trobem la primera referència a la política musical de la BBC, també en termes que al·ludeixen a la responsabilitat de la corporació a l'hora d'educar el públic i a la suposada preferència d'aquest per la «bona música»: «In the domain of *music* there is no secret made of the fact that good music is preferred to bad, nor of the conviction [...] that the public prefer it too» (*Handbook*, 1928: 34). Es tracta de «plantar les llavors» del gust per la bona música —en aquest context, determinats «grand works» (Ibid) de la música clàssica— és a dir, de cultivar el bon gust. En efecte, *sowing the seed* serà la metàfora que marcarà aquest període formatiu de la ràdio al Regne Unit.

De fet, «sowing the seed» és el primer significat de *broadcasting* (Briggs, 1985: 109). La BBC estava creant «intelligent listeners [...], educating them by giving them the finest music» (Ibid.: 123). La programació, en especial la musical, era motiu d'orgull per a la institució. No és casual que quan s'inaugurà la Broadcasting House, doncs, Reith feu inscriure un revelador text en llatí a l'entrada principal, en què dedicava aquell «temple de les Arts i les Muses» a Déu, al qual pregaven per a què «la bona llavor» que s'havia sembrat produís «una bona collita» i que «tot allò hostil a la pau i la puresa [fos] desterrat [d'aquella] casa [...]».<sup>7</sup>

Fins i tot en temps de guerra, la BBC insistia en la necessitat de «sembrar la llavor», és a dir, d'educar l'audiència. En paraules del director de programació, Basil Nicolls, «[t]he BBC should constantly be trying to raise the standard of public taste, to create an appetite for items of minority appeal...» (Nicolls, 1941, citat a Briggs, 1985: 217). Però malgrat ésser reconeguda com un mitjà que calia explotar «to the best advantage in the national interest» (*Royal Charter*, 1937: 1) i tot i que els valors fundacionals reithians d'informar, educar i entretenir es ratifiquen a posteriors cartes reials, no és fins l'any 1952 que s'al·ludeix obertament al concepte *gust*. Els futurs Consells Nacionals a Escòcia i a Gal·les han de vetllar, segons aquest document, per a què la programació per aquests països es faci d'acord amb la «distinctive culture, interests and tastes» de les seves gents.

Les referències explícites a *taste* seran més freqüents durant els anys cinquanta i seixanta. Una de les més significatives sorgí de la ploma d'Steve Race, conseller en el departament de música lleugera (*light music*) entre 1955 i 1960. Arran de la publicació al Regne Unit, en 1956, del senzill «Hound dog» d'Elvis Presley, Race (1956: 5), en un article a *Melody Maker*, va assegurar témer pel futur del seu país, que hauria d'haver tingut «the good taste to reject music so decadent». La nova febre pel rock era quelcom «terrifying» i aquesta música era l'antítesi del «good taste and musical integrity.»

L'any 1964, en una directiva del recentment nomenat president del consell d'administració, Lord Normanbrook, la BBC es refermava en la prohibició d'ofendre «against good taste and decency or be likely to encourage crime and disorder or be offensive to public feeling» (Briggs, 1995: 531). Dos anys més tard, Hugh Greene, director general de la BBC entre 1960 i 1969, recull i comenta alguns dels atacs —i defenses— a la BBC, arran del que alguns consideraven un debilitament dels seus estàndards. «I do not think that anyone could define taste or standard with any degree of

---

<sup>7</sup> Traducció pròpia a partir d'una versió en anglès.

accuracy [...]», deia el parlamentari laborista Bowden, en uns termes que bé podria haver emprat el mateix Greene, «I think that it would be easier to define bad taste than good taste or good standard...» (*Handbook*, 1966: 19).

Al llarg de les primeres quatre dècades d'existència de la BBC, doncs, la construcció discursiva de l'objecte *taste* es va fer principalment de dues maneres: amb connotacions de qualitat (*standards*) i amb connotacions morals i socials (*decency*, *public feeling* i *behaviour*). Així, el bon gust es construeix com allò que cal cultivar en l'audiència i que s'identifica, essencialment, amb l'alta cultura (Reith) i que és distintiu del tarannà nacional (Race). El bon gust ha de ser preservat per la BBC, però és difícil de definir (Bowden i Greene) i, alhora, vulnerable. En essència, en aquest període el bon gust es defineix a la manera reithiana: en termes fonamentalment elitistes i paternalistes.

Pel que fa a les construccions discursives del *pop*, veiem com, durant els anys en què aquest esclatà als EUA i es propagà ràpidament pel vell continent, els professionals associats a la BBC no van ser gaire afalagadors ni envers aquest gènere ni els seus entusiastes. Així, en un article al *Melody Maker*, el músic i discjòquei Jack Payne es posicionà rotundament en contra del rock: «good entertainment [...] should be allied to good taste» (1956: 5). Aquest no seria el cas, segons ell, de la música de Bill Haley o Elvis Presley. Un any més tard, Eric Maschwitz, locutor, compositor i president del Gremi de compositors de la Gran Bretanya, afirmà que la nova música era tan sols una moda passatgera i «vulgar» a la qual calia resistir-s'hi (Briggs, 1979: 691). I encara en 1962, el músic de trad jazz i també locutor Humphrey Lyttleton insistia a la premsa en la suposada banalitat del pop: «pop music itself is largely fatuous and inane» (Briggs, 1995: 208). Allò en què coincidien els detractors del pop, a banda de considerar-lo irritant i mancat de qualitat artística, era en la seva animadversió envers la importació de música dels EUA, que anava en detriment de la promoció i difusió de la nacional (Briggs, 1979: 690-2).

Tot i que als documents públics de la BBC no trobem al·lusions al pop en termes similars als esmentats més amunt, sí que observem que aquest objecte discursiu es construeix, sobretot inicialment, mitjançant la dicotomia música seriosa/ música lleugera. La primera, a la qual es dedica exclusivament el Third Programme, inclou allò que coneixem per música clàssica, però també producció recent i, en definitiva, «the finest of all from the centuries that lie in between» (*Handbook*, 1955: 60). La segona, difosa a través del Light Programme, inclou tant el rock i el pop com la música de ball

(jazz i music hall, per exemple) i qualsevol estil que pugui atraure una gran audiència (Ibid.).

Ben aviat, tant als *Handbooks* com als *Annual reports*, la BBC reconeix un augment de la popularitat de la música lleugera, en general, i del pop, en particular, el qual lliguen al «contemporary cult of the “popular” gramophone record» (*Annual report*, 1955-56: 32). El públic del pop és jove i, tot i que cada cop més nombrós, només és, fins i tot a mitjan dècada de 1960, una minoria de l'audiència del Light Programme (*Annual report*, 1964-65: 31). Tot i així, al *Handbook* de 1961, trobem una de les primeres evidències documentals de la separació conceptual entre el pop i la resta de la música lleugera.

Si a principis del període 1955-1967, el terme *pop* era pràcticament sinònim de música popular i podia, per tant, fer referència tant al rock i l'skiffle com a altres gèneres ballables (Briggs, 1995: 508), en el transcurs d'una dècada —especialment arran de la irrupció dels Beates en l'escena musical— va redefinir-se com quelcom més complex i especialitzat. Mentre que la música popular era «tuneful music attractive to the largest possible audience», el pop —no necessàriament «melodiós»— atreia sobretot els oients més joves (*Handbook*, 1967: 41). Ni el pop ni els seus adeptes, però, eren entitats monolítiques, sinó carregades de matisos, com veurem durant el període 1967-1974.

## 6.2. Fase 2. Discursos

Com qualsevol discurs, el discurs de la BBC en relació al *pop* i al *bon gust* no transcorria al marge d'altres discursos presents a la societat i, en definitiva, de les inquietuds sobre les quals aquests es construïen. Durant els anys seixanta, no només s'accentuà la preocupació pels possibles efectes dels mitjans de comunicació sobre l'audiència, sinó que també ho feren les divergències entre el sector més favorable i el sector més crític envers els seus continguts i línies editorials, així com els valors que aquests, presumptament, promovien. Al Regne Unit, estat d'una sòlida tradició democràtica i parlamentària, Westminster s'erigí com el baròmetre d'aquests discursos.

En contra del que es podria suposar, però, no sempre els més hostils al fenomen pop i a la seva presència als mitjans eren els més conservadors. Per exemple, pel laborista Lord Willis, el pop era només un producte de consum que alienava el jovent: no era pas cultura, sinó només «a cheap, plastic, candyfloss substitute for culture», així que calia limitar la seva presència als mitjans (House of Lords, 1964). En canvi, el *torie*

Sir Peter Rawlinson advocava per la creació de ràdios locals que poguessin satisfer la creixent demanda de música pop ja que aquesta «may not be to one's own *taste*, but why object if there are people who would like to listen to it?». I sentencià: «[t]he intellectual snobs are as objectionable as the pretentious prudes» (House of Commons, 1965).

Les reticències a inundar les ones de música pop es fonamentaven, en part, en el convenciment que aquest era un entreteniment menor, que poc podia contribuir a l'avançament de la societat britànica. Lord Willis lamentà que, mentre el segle XVIII havia estat el de Beethoven i Bach i el segle XIX, el de Brahms, el segle XX fos recordat pels Beatles, als quals posà d'exemple del culte a «phoney idols» (House of Lords, 1964). El pop, a més, es sotmetia a escrutini d'acord amb dos arguments. Segons el primer, de tipus causal, el pop pot provocar (o encoratjar) actituds indesitjables. El segon, més comú, es refereix a la seva capacitat per ofendre (Cloonan, 1996: 25-7). La censura musical a la BBC, doncs, respon a aquests supòsits i segons el discurs amb què es relacioni al·ludeix a qüestions com ara el sexe, la violència, la religió, la política o les drogues.

Les acusacions d'indecència o obscenitat són molt comunes a l'hora de justificar la prohibició d'una cançó amb referències sexuals. Les raons concretes per fer-ho són variades: canvis sospitosos en la veu, al·lusions a l'adulteri o la prostitució, excés de detall en descriure un sentiment o una simple paraula suggeridora. Per exemple, la BBC titllà de «lewd and suggestive» la manera de cantar de Johnny Ray a «Such a night» (1954), ja que recordava massa els esbufecs durant l'acte sexual. «Diggin' my potatoes» (1956), de Lonnie Donegan, fou censurada perquè contenia un eufemisme d'adulteri; «Be prepared» (Tom Lehrer, 1958), perquè semblava recomanar el sexe entre menors d'edat; «Love is strange» (Mickey & Sylvia, 1957), perquè un vers s'interpretà (erròniament) com una al·lusió a la prostitució; «Made you» (Adam Faith, 1960), perquè estava carregada de «sexual innuendo», i «Christine» (Miss X, 1963), pel seu to i referència implícita a un escàndol sexual recent (l'afer Profumo).<sup>8</sup>

Mentre que les lletres de contingut sexual podien ser censurades pel seu potencial ofensiu o per instigar conductes reprovables, les cançons amb connotacions polítiques i religioses ho eren sobretot pel primer motiu. Així, en matèria política, allò que

---

<sup>8</sup> Tot i que no existeix cap llistat exhaustiu de *totes* les cançons censurades per la BBC en algun moment de la seva història, les obres que n'ofereixen una anàlisi més completa són les de Leigh (2011) i Southall (2014), ja que aquestes es basen —sobretot la primera— en les comunicacions internes o memoràndums de la BBC en aquest sentit. Aquestes són les obres que ens han servit per redactar aquest text.

incomodà especialment la BBC foren les al·lusions a la Guerra Freda o a la URSS, al conflicte nord-irlandès, a personalitats destacades o qualsevol referència poc respectuosa envers un altre país o cultura. Per exemple, «A Russian love song» (The Goons, 1957) fou censurada per contenir el mot *comrades* i perquè semblava burlar-se dels soviètics; «Bold Robert Emmett» (The Emmettones, 1960), per lloar un patriota irlandès executat pels britànics; «The Tommy Rot story» (Morris and Mithc, 1957), per incloure una imitació de Winston Churchill; «Minnie the moocher» (Danny Kaye, 1962), per al·ludir al rei de Suècia, i «Holy cow» (Lee Dorsey, 1966), perquè podia ofendre als oients de l'Índia.

Pel que fa a la religió, les referències a la fe cristiana o qualsevol altra eren tot sovint titllades de blasfèmia o, simplement, de poc aptes per la ràdio, ja que, segons la BBC, tenien un to que no s'adeia amb el tema; a la pràctica, això volia dir que es censuraven totes les cançons que en contenien.<sup>9</sup> En ocasions, allò que es percebia com blasfem era tan sols una paraula o frase. Per exemple, «Nobody loves like an Irishman» (1958) fou prohibida perquè Lonnie Donegan cantava «Yet long must he pray with his Al Koran/ before he can love like an Irishman» i «Little star» (The Elegants, 1958) només es radià quan es substituï l'expressió «Oh, God» per «Oh, gee». Altres vegades, la censura afectà lletres aparentment innocents: no va agradar el relat de la Creació de Frankie Laine a «In the beginning» (1955), com tampoc l'exaltació de Déu a «He» (Al Hibbler, 1955) ni el sentimentalisme de «Somebody up there likes me» (Perry Como, 1956).

Convé subratllar, però, que la BBC va censurar altres cançons per considerar que podien ser ofensives per raons que no tenien res a veure ni amb la religió, ni amb la política ni amb el sexe. Per exemple, qualsevol menció d'una marca comercial comportava la seva prohibició immediata, ja que la publicitat no tan sols estava prohibida, sinó que es considerava de *mal gust*.<sup>10</sup> «High class baby»<sup>11</sup> (Cliff Richard, 1958) i «Beep beep» (The Playmates, 1958) foren censurades per parlar d'un Cadillac, «Maybellene» (Chuck Berry, 1956), per recordar massa la marca de cosmètics Maybelline. Es procedí d'igual manera amb qualsevol referència a la mort o a temes

<sup>9</sup> Val a dir que la BBC fou fundada per homes de profundes conviccions cristianes i té una dilatada i consolidada trajectòria en la difusió de continguts religiosos.

<sup>10</sup> La BBC s'enorgullia de no dependre, a diferència del que succeïa a EUA, del finançament privat, ja que els missatges publicitaris donaven mala imatge i arruïnaven l'experiència de l'oient: «In England, the tired worker who has all day been shouted at and advertised to in his newspaper, [...] may settle down to his evening's wireless entertainment with the feeling that at last he is free from the necessity to listen to someone who has something to sell» (*Radio Times*, 1929: 610-11, citat a Dibbs, 2019: 33).

<sup>11</sup> En aquest cas, quan «Cadillac» es substituï per «brand new car», la censura s'aixecà.



escabrosos (tot allò considerat «morbós»): és el cas, entre d'altres, de «Leader of the pack» (The Shangri-Las, 1965), que parlava d'un accident mortal de motocicleta; de «Monster mash» (Bobby Pickett, 1961), un clàssic de Halloween, o de l'antibèl·lica «Eve of destruction» (Barry McGuire, 1965), que, en pocs minuts, enumerava tots els mals del món.

També es consideraven ofensives algunes formes particulars de llenguatge o diccions irregulars: «A worried man» (The Kingston Trio, 1959) emprava l'americanisme *closet* en comptes del seu corresponent en anglès britànic *cupboard*, mentre que la manera en què Roger Daltrey deia «f-f-fade away» a «My Generation» (The Who, 1965) s'interpretà com una burla als tartamuts.<sup>12</sup> Completament aquesta llista tan heterogènia totes aquelles cançons rebutjades simplement per ser adaptacions o versions dels clàssics. La «distorsió» (o «mutilació») d'aquest repertori, que calia respectar i preservar, fou el pretext que s'emprà per censurar nombroses cançons inspirades en l'obra de compositors de renom, com ara Grieg, Debussy o Chopin, entre d'altres (Briggs, 1970: 578).

En canvi, com hem dit més amunt, les cançons amb referències a drogues o a qualsevol tipus de violència (o accions delictives) resultaven problemàtiques perquè es temia que poguessin inspirar conductes com les que descrivien. És potser en aquesta categoria en la que la BBC va actuar amb més zel. Així, es censuraren «Granny takes a trip» (The Purple Gang, 1967)<sup>13</sup>, «My friend Jack»<sup>14</sup> (The Smoke, 1967), «Lucy in the sky with diamonds»<sup>15</sup> i «A day in the life»<sup>16</sup> (ambdues de The Beatles, 1967) per presumptes al·lusions a viatges lisèrgics o a la marihuana, mentre que el tema principal de la pel·lícula *The man with the golden arm* (Otto Preminger, 1955), tot i ser instrumental, es prohibí perquè el protagonista del film —interpretat per Frank Sinatra— era un addicte a l'heroïna. Quant a la violència, totes aquelles cançons que en feien apologia o que la «glamuritzaven» foren descartades: és el cas de «To keep my love

---

12 En realitat, allò que Daltrey volia imitar era la manera de parlar característica dels que estan sota els efectes d'alguna droga estimulants, com ara les amfetamines, molt populars entre els mods.

13 De fet, el títol de la cançó era el nom d'una popular botiga de roba del *Swinging London* i no al·ludia, al menys explícitament, a l'experiència extrasensorial de cap àvia.

14 En aquest cas, el so psicodèlic de les guitarres i, sobretot, la frase «My friend Jack eats sugar lumps» (era sabut que el LSD es presentava sovint en forma de terrossos) van fer saltar les alarmes.

15 John Lennon sempre negà que el títol de la cançó fes referència al LSD, sinó que insistí en què s'inspirà en un dibuix del seu fill Julian.

16 Les frases problemàtiques aquí són «I'd love to turn you on» i «made my way upstairs/ and had a smoke». És clar que *turn on* també vol dir «excitar» i podria ser que allò que McCartney es fumava fos un simple cigarret de tabac sense additius.

alive» (Ella Fitzgerald, 1956), en què la reina del jazz cantava com s'havia desfet dels seus marits mitjançant l'enverinament o l'apunyament o de la cèlebre «Mack the knife»<sup>17</sup> (Bobby Darin, 1959), sobre el criminal fictici Macheath.

En definitiva, la censura de la música es fonamentava tant en la percepció (de vegades, esbiaixada) d'allò que podia ferir sensibilitats, per bé que només fossin les d'una minoria (Dibbs, 2019: 30-1), com en la genuïna preocupació per no contribuir a crear o agreujar problemes de seguretat o ordre públic. En alguns casos, com ara en allò relatiu a la pornografia o al sexe, existeix una base legal que *inspira* aquesta censura: la Llei sobre publicacions obscenes de 1959.<sup>18</sup> En altres casos, són els esdeveniments recents o la conjuntura sociopolítica allò que delimita la llibertat d'acció dels mitjans i, en aquest cas, s'invoquen altres referents, com ara guies editorials o documents interns.<sup>19</sup> La Guerra Freda, la del Vietnam i el conflicte a Irlanda del Nord, però també els enfrontaments violents entre rockers i mods o el fenomen hippie són algunes de les qüestions centrals d'aquest període i, per tant, ocupen un lloc destacat en els discursos sobre violència, política o drogues, dels quals la BBC no n'estava, en absolut, al marge.

### 6.3. Fase 3. Pràctiques discursives

L'anàlisi de les pràctiques discursives empreses per la BBC pel que fa als objectes *bon gust* i *pop* parteix necessàriament d'entendre-les en relació amb el seu context històric particular. En qualsevol discurs, les pràctiques discursives són essencials tant per crear com per legitimar les relacions de poder, el coneixement i els rols vinculats a una formació discursiva en particular. En tant que mitjà de comunicació de masses, les pràctiques discursives de la BBC sorgeixen del diàleg —per bé que en desigualtat de condicions— entre aquest organisme i la seva audiència.

Probablement, la pràctica discursiva de la BBC més rellevant és la seva divisió en tres emissores d'idiosincràsia diversa. La programació del Home Service era de caire generalista: butlletins informatius, debats, documentals, programes educatius, esports, teatre, òpera i varietats. Segons Sir William Haley, director general de la BBC entre 1944 i 1952, el Home Service era, en el context d'una societat canviant, «the main

---

17 «Mack the knife» era la versió anglesa d'un tema inclòs a l'obra *Die Dreigroschenoper* (1928) de Bertolt Brecht, amb lletra del mateix Brecht i música de Kurt Weill. Mentre que aquesta no es prohibí durant les representacions teatrals de l'obra, no es considerava adequada per la ràdio.

18 Inspira, però no justifica, ja que aquesta llei no era aplicable ni a la ràdio ni a la televisió.

19 Un dels més importants, el *Green Book* (1949), reunia diverses recomanacions en matèria de bon gust i censura que els productors de la BBC havien d'interpretar i aplicar.

instrument for carrying out the BBC's obligations in the more formal public service broadcasting» (Briggs, 1979: 503). El seu successor, Sir Ian Jacob, compartí aquesta opinió.

Per contra, el Third Programme ofería, sobretot, música clàssica, a banda de debats, teatre o monogràfics i es dirigia al públic de «cultivated tastes and interests» (*Handbook*, 1955: 25). El seu caràcter elitista li procurà tants admiradors com detractors. Els primers, malgrat ser minoria, constituïen l'audiència més entusiasta i fidel a la BBC; els segons lamentaven que es dediquessin «large sums of public money on what is not to the taste of the majority»<sup>20</sup> (*Times Educational Supplement*, 1951; citat a Briggs, 1979: 505). Tanmateix, al Third Programme (actual Radio 3) es materialitza la visió de Lord Reith quant a la que havia de ser una de les principals missions d'un mitjà de comunicació amb veritable vocació de servei públic: elevar els estàndards i el gust de *tota* la població.<sup>21</sup>

Durant les dècades de 1950 i 1960, però, el Light Programme fou el que experimentà una major transformació, sobretot arran de l'eclosió del rock. La primera (i tímida) incursió de la BBC en aquest gènere fou la creació, en 1955, de l'espai *Pick of the pops*. Tot i que inicialment aquest formava part de *Trad Tavern*, programa dedicat al trad jazz, la seva gran popularitat va permetre que esdevingués un programa independent en 1961. Gràcies a *Pick of the pops*, els oients més joves podien escoltar alguns dels discos comercials de més èxit: el «Top 20» havia arribat per quedar-se.

*Pick of the pops* va ser només el primer d'una llarga llista de concessions de la BBC al pop (i al jovent) en matèria de programació. *Saturday Club*, *The Beat Show*, *Easy Beat*, *Parade of the pops* o *Top Gear* van ser alguns dels programes, apareguts entre 1959 i 1964, que van venir a omplir el buit pel que fa al pop a la BBC i van obtenir tant o més èxit que el seu precursor. En efecte, ja en 1959, *Saturday Club* tenia una mitjana d'audiència de cinc milions d'oients (*Annual report*, 1959-60). Però fou sobretot d'ençà 1963 que la tendència a dedicar més hores a programes de pop —i d'estendre, en conseqüència, l'horari en antena del Light Programme— es va intensificar: els culpables van ser els Beatles i l'explosió subsegüent del *Mersey sound*.

---

20 La BBC es finançava —i encara es finança— mitjançant una taxa (l'anomenat *licence fee*) fixada pel govern, lligada a la prestació dels serveis associats a l'ús d'aparells de ràdio i televisió. Aquest impost es revisa periòdicament, sempre a l'alça.

21 De fet, Lord Reith era contrari a la fragmentació de la BBC en tres emissores. El seu ideal de ràdio pública s'assimilava, sobretot, a allò que va esdevenir el Third Programme i, en part, el Home Service. No endebades, l'objectiu de Reith era oferir «something for everyone» en una *única* emissora (Dibbs, 2019: 159).

El pop, que fins aleshores havia depès del genèric Light Entertainment Department, fou finalment considerat un ens prou diferent de la resta de la música popular. Per aquest motiu, l'any 1963 es crea el Popular Music Department, dedicat exclusivament a aquest gènere. A partir d'aquest moment, no només s'empraran més hores per la seva promoció, sinó també més recursos. D'una banda, s'augmentà la quota de música pop pregravada (*needletime*)<sup>22</sup> fins al límit permès pel Sindicat de Músics (*Annual report*, 1964-65: 17). D'una altra, es potencià la retransmissió d'actuacions en viu d'artistes emergents: el show *Pop go the Beatles!* (1963), al qual la BBC atribuïa bona part del mèrit de catapultar als de Liverpool a la fama (*Annual report*, 1963-64: 33), n'és l'exemple més destacat.

La fragmentació de la BBC per tal de satisfer una audiència heterogènia, doncs, propicià la seva acceptació del pop. Existeix consens (Briggs, 1979; Cloonan, 1996; Dibbs, 2019), però, en assenyalar que aquest fou un procés lent, no exempt de controvèrsies i a desgrat de la cúpula de la BBC. Si el pop trobà el seu lloc a la ràdio britànica va ser només perquè el Light Programme permetia, a diferència de les altres emissores, experimentar amb nous formats. Finalment, amb l'esclat de la beatlemania, fou palès que la BBC necessitava prendre mesures més dràstiques si volia competir amb aquelles que sí satisfien la creixent demanda de pop: Radio Luxembourg i les pirates.

#### 6.4. Fase 4. Subjectes

La BBC no és —ni ha estat mai— una entitat monolítica, sinó que la seva activitat sorgeix de la negociació entre actors molt diversos que, en ocasions, sostenen visions enfrontades. A més, tot i que la corporació sempre ha defensat la seva imparcialitat i ha volgut mantenir-se al marge d'interferències (polítiques, comercials o de qualsevol altra mena), la seva organització jeràrquica<sup>23</sup> i vocació de servei públic han determinat qui i com pot participar del seu discurs, tal com veurem a continuació.

El rol de la BBC com a «àrbitre» del bon gust (Dibbs, 2019; Briggs, 1979) fou (gairebé) inqüestionable des dels seus inicis. A Westminster, de fet, sembla que existia consens a l'hora d'atribuir-li aquesta funció.<sup>24</sup> Fins i tot els parlamentaris més crítics,

<sup>22</sup> *Needletime*: temps dedicat a la reproducció de música enregistrada en discos comercials.

<sup>23</sup> La BBC estava governada per un consell d'administració, els membres del qual —normalment, aristòcrates— eren escollits pel Parlament, i aquests, al seu torn, nomenaven el comitè executiu, amb el director general al capdavant.

<sup>24</sup> Més encara després de la publicació del *Pilkington Report* (1962), en què diverses personalitats —entre elles, Richard Hoggart— van comparar positivament la BBC amb la seva competidora, ITV. En conseqüència, van recomanar que mantingués el monopoli de la ràdio i

aquells que reclamaven més sensibilitat de la BBC envers les preferències de la majoria d'oients i, per tant, una major presència d'entreteniment a la ràdio (i la televisió), aprovaven la seva primacia en aquest àmbit (House of Commons, 1965). A la pràctica, doncs, aquesta responsabilitat requeia tant en els càrrecs creatius (*controllers* de departaments) i els administratius (director general i consell d'administració) de la BBC com en el Parlament, atès que aquests últims havien de respondre davant d'ell.

D'altra banda, cal remarcar que en el discurs de la BBC, amb el pas dels anys, un tercer subjecte va anar adquirint més i més protagonisme: l'audiència. Mentre que, en temps de Reith, la BBC s'hi adreçava com si aquesta fos un bloc homogeni, en temps de Jacobs, ja se n'havia consolidat una visió estratificada, concretament en forma de piràmide,<sup>25</sup> que s'esperava poder invertir gradualment: a la cúspide, el Third Programme i la seva audiència *highbrow*; al centre, els oients *middlebrow* del Home Service i, a la base, els *lowbrow* del Light Programme (Dibbs, 2019: 173-5; Briggs, 1979:70). A grans trets, aquesta correspon a la classificació de la cultura proposada per Bourdieu (1984: 14) arran de la seva investigació sociològica sobre els gustos musicals a França, a partir de la qual va concloure que aquests són determinats per la classe social: com més gran és el capital econòmic, més ho és el capital cultural i més minoritaris els gustos, i a la inversa.<sup>26</sup>

Finalment, sobretot d'ençà de l'expansió del fenomen pop, a la base de la piràmide va sorgir un nou subjecte que guanyarà més i més protagonisme durant la dècada de 1960: els joves (*the young*). El jovent, abans sistemàticament ignorat per la BBC, començarà a ser particip del seu discurs gràcies, d'una banda, als estudis d'audiència (*audience research*) i, de l'altra, als programes basats en peticions dels oients (com ara els molt populars *Housewives' Choice* i *Two-way Family Favourites*). Així, per carta o per telèfon, els joves reclamaven més pop a la ràdio i més minuts per als seus artistes favorits. La BBC reaccionà amb la creació de programes adreçats a

---

que posés en marxa un segon canal de televisió.

25 Aquesta anomenada *pyramid of culture* o *pyramid of taste* es basava no només en una estratificació de l'audiència —i, per tant, una categorització dels continguts de més a menys populars—, sinó que, mitjançant una estudiada planificació dels mateixos (alguns dels quals es solapaven entre les emissores més properes a la piràmide), s'animava els oients a escalar-la (Dibbs, 2019: 159)

26 Bourdieu (1984: 14-6) posa com a exemples d'alta cultura el *Concert per a piano per a la mà esquerra* (Ravel) i el *Clavecí ben temprat* (Bach), els valsos de Strauss i la *Dansa del sabre* (Khatxaturian) serien obres culturalment significatives però devaluades per la seva popularitat i, finalment, cantants com Petula Clark i Georges Guétary representen l'art «sense pretensions».

aquest segment de la població i, fins i tot, amb la implantació del seu propi «Top 20»,<sup>27</sup> que recopilava les cançons més sol·licitades pel públic (*Annual report*, 1964-65: 34).

És en temps de Greene, considerat el principal artífex del canvi a la BBC (Briggs, 1995), que aquells que havien estat ignorats o menystinguts per la seva (suposada) manca de criteri o per la seva actitud irreverent (Payne, 1956: 5) es van fer escoltar. El preu de no fer-ho podia ser massa elevat per la BBC, tal com va demostrar la pirata Radio Caroline que, amb la seva dieta exclusiva de pop, va emportar-se bona part de l'audiència més jove del Light Programme. Amb la definitiva fragmentació en dos grups de l'audiència de «tercera» categoria, cadascuna identificada amb dos gèneres musicals ja completament independents —joves/pop i classe obrera/música lleugera— es completa, temporalment, el procés de subjectivació en el discurs de la BBC.

### 6.5. Fase 5. Poder/coneixement

Tot seguit destacarem algunes de les institucions socials, culturals i econòmiques que es van veure involucrades, d'una manera o altra, en el discurs de la BBC. Algunes d'elles en van sortir reforçades, d'altres se'n van ressentir en major o menor grau, mentre que un tercer grup va protagonitzar un llarg estira-i-arrotonsa amb la corporació. Totes elles palesen que el poder, tal com asseguren Bourdieu (1991) i, sobretot, Foucault (2002), no l'exerceix només l'estat, sinó que es distribueix entre una multitud d'agents presents en tots els àmbits de la vida quotidiana. Aquests, com veurem particularment en el tercer grup, alhora competeixen i es complementen entre si per tal de legitimar el seu discurs i la seva hegemonia.

Aquest tercer grup a què ens referíem el formen el Gremi de Compositors de la Gran Bretanya, el Sindicat de Músics i l'Associació d'Editors Musicals. La relació entre aquestes i la BBC va ser sempre tensa, ja que la seva imposició d'una quota mínima de música britànica coartaven la llibertat d'elecció de la corporació pel que fa al seu contingut musical. Cal aclarir, d'altra banda, que la BBC compartia, en bona mesura, les seves inquietuds, però per altres motius: mentre que l'actitud proteccionista de la indústria responia a interessos econòmics, la corporació es decantava pel «British sound» per tal de promoure un cert sentiment d'identitat nacional. Paradoxalment, tot i que això fou en detriment del rock d'importació nord-americana, va afavorir, a mitjà

---

<sup>27</sup> Aquest «Top 20» es basava en les peticions dels oients i no en les vendes de discos senzills, com fins aleshores. Avui dia, Radio 1 emet un programa basat en el «Top 40», a partir d'una llista oficial que compila les cançons més venudes, descarregades i reproduïdes per *streaming*.

termini, l'èxit sense precedents del pop britànic<sup>28</sup> (Briggs, 1970: 755; Briggs, 1979: 691-2).

Pel que fa a les institucions afectades negativament pel discurs de la BBC, sobretot a mesura que el pop s'hi feia més present, cal destacar l'educació i els espectacles de varietats. La primera, amb el Sindicat Nacional de Mestres al capdavant, culpava el pop tant de la corrupció moral dels joves com d'allunyar-los de les aules (Briggs, 1995: 462). El pop, deien, promovia el consumisme exagerat de productes com ara motocicletes, moda i, és clar, discos, que eren imprescindibles per a ser part de la *'in' crowd*<sup>29</sup> als quals només qui treballava hi podia accedir. La segona, representada fonamentalment en el departament Variety de la BBC, va haver de fer front no només a la competència de la televisió, sinó també a la de Radio Luxembourg. Així, per tal d'intentar satisfer el creixent interès pel pop, la BBC va substituir gradualment les bandes de ball tradicionals per grups de pop, tal com s'evidencià en la programació de l'annual Festival of Dance Music, que, en 1963, es rebatejà com *Swinging Sound'63* (Dibbs, 2019: 247-8).

Finalment, si hem d'assenyalar una institució beneficiada pel discurs de la BBC, aquesta és, sens dubte, la radio comercial. I és que, tot i que legalment la BBC tenia el monopoli de la ràdio al Regne Unit, Radio Luxembourg<sup>30</sup> i les pirates (Radio London i Radio Caroline) van resultar ser unes dures competidores. A partir, sobretot, de 1960 — 1964, en el cas de les pirates— la BBC va veure com la seva audiència més jove es rendia a l'aclaparadora superioritat de les emissores comercials en matèria de pop. Perquè, si bé és cert que la corporació va tractar d'adaptar-se, amb més o menys encert, als nous temps, no ho és menys que la seva activitat estava sotmesa a unes regles del joc molt diferents a les que operaven sobre els seus rivals: per exemple, la Llei sobre drets d'autor de 1956— que limitava dramàticament les hores que es podien dedicar a la retransmissió d'enregistraments musicals comercials (Briggs, 1995: 509-14). Aquesta

---

28 No tan sols perquè la BBC donà una projecció inèdita a la música pop nacional, sinó perquè l'antiamericanisme que compartia amb la indústria musical britànica va propiciar l'emergència del gènere anomenat *skiffle*, una mena de versió britànica del blues i el folk. Considerat el mal menor, l'*skiffle* va donar lloc al *beat boom* de principis dels seixanta.

29 L'anomenada *'in' crowd* era, en l'argot dels mods, el grup social per excel·lència, integrat per aquells individus amb més carisma. Tant Simon Frith (2006) com Stuart Hall (2006: 76 i s.) analitza en profunditat la importància de determinats béns de consum i el seu paper en la construcció de la identitat en la subcultura mod. L'*scooter*, en particular, es considera una eina d'alliberament, i no pas de repressió (Frith 2006: 370).

30 Radio Luxembourg fou una de les primeres ràdios comercials d'Europa i, tot i que no era una pirata en el sentit estricte del terme, ja que l'emparava la llei del seu país, la seva activitat al Regne Unit era del tot irregular.

situació es mantindrà durant el període següent, raó per la qual la BBC va endegar una ofensiva desesperada contra les pirates que, ben aviat, prengué un rumb inesperat.

### 7. El *bon gust* i el *pop*, segons la BBC (1967-1974)

Tot seguit analitzarem el discurs de la corporació durant una de les seves èpoques més convulses, la que abasta els anys immediatament posteriors al naixement de Radio 1 fins la pèrdua del monopoli de la ràdio al Regne Unit.



### 7.1. Fase 1. Construccions discursives

Com hem vist, durant el període 1955-1967, l'objecte *pop* es va construir, en primer lloc, per oposició al concepte de *música culta* (o seriosa) i, només molt a poc a poc, va esdevenir una entitat prou diferenciada de la resta de la música lleugera o popular. Durant el període que abasta des de finals de 1967 a 1974, veurem com el pop es deixa de percebre com quelcom homogeni i revela tota la seva complexitat. Pel que fa a l'objecte (bon) *gust*, comprovarem que la BBC, si bé va evitar assignar-li un significat inequívoc, continuà apostant per la prudència en el tractament dels temes més sensibles.

En els documents públics de la BBC en matèria radiofònica, *taste* reapareix amb força a les acaballes dels anys seixanta. La primera mostra la trobem al document *Broadcasting in the seventies* (1969), en què es posaven les bases de la radiodifusió per a la pròxima dècada. Al pròleg, el seu president, Lord Hill, assegurava que la BBC, en tant que servei públic, tenia el deure d'oferir «a comprehensive service meeting the needs of minorities as well as majorities» i, per això, calia que la BBC adaptés el seu servei «to a changing world to meet changing tastes and needs». En un to molt similar s'expressà el nou director general, Charles Curran: «[t]he BBC is conducted [...] on the basis of being comprehensive enough not to exclude any taste from its programme considerations» (*Handbook*, 1971: 12). Encara més, el deure de la BBC no és, diu, elevar el gust del públic: aquesta és una actitud paternalista totalment desfasada. En cap cas, remarca, la BBC pretén modelar la societat «to some pre-determined pattern» (*Handbook*, 1973: 9).

Finalment, davant les crítiques persistents a la seva línia editorial, la qual alguns consideraven que contribuïa a la decadència moral de l'època, la BBC va publicar el document *Taste and standards in BBC programmes* (1973). En aquest, la corporació tractava de dilucidar quins estàndards i quin gust calia adoptar per satisfer l'audiència britànica. La resposta no era fàcil, deien els autors, ja que ni *taste* ni *standards* signifiquen el mateix per tothom. Entenien, però, que aquests no eren conceptes equivalents: mentre que el *gust* era «a matter of manners which reflect the prevailing sense of what is done or not done between individuals», els *estàndards* tenien «a greater permanence, reflecting a continuing view that certain things are good, should be promoted and defended [...]». Amb tot, la BBC insistí en què determinats usos del llenguatge (sobretot, pel que fa al vocabulari i la pronunciació) o el tractament d'alguns

temes particularment delicats sí era una qüestió de gust i, en aquests casos, calia obrar amb cautela.

Respecte de les construccions discursives de *pop*, n'hem de destacar, d'entrada, la que en resulta de la utilització freqüent de l'adjectiu *sharp* ('esmolat') per acompanyar el nom *pop*. Aquest qualificatiu, que apareix diverses vegades als *Annual reports* de finals dels seixanta, té un seguit de connotacions tant positives com negatives. Així, en un sentit figurat del terme, *sharp* s'associa a enginy i, fins i tot, a elegància, però també pot al·ludir a una intensitat exagerada, a brusquedat i virulència. De fet, aquestes darreres accepcions semblen més probables, ja que l'expressió *sharp pop* sol aparèixer en contraposició a «sweet/light/middle-of-the-road» (*Annual report*, 1967-68: 27; *Annual report*, 1968-69: 29) o a «tuneful light music» (*Handbook*, 1971: 45), termes amb què la BBC acostumava a referir-se a la música popular.

Ben aviat, però, la BBC començà a emprar altres adjectius per referir-se als diferents estils de pop i, en fer-ho, va reconèixer finalment la tendència eclèctica d'aquest gènere musical. En aquest sentit, és especialment revelador un text redactat per l'home al càrrec de Radio 1 i Radio 2, Robin Scott (1968), en què al·ludia a la fragmentació del pop (i dels seus adeptes) i a les dificultats per satisfer-ne la demanda. Segons ell, Radio 1 va aparèixer en un moment especialment complicat pel pop, en què «[t]he record buying public was divided as never before into a number of different factions or “cult audiences”». El problema, afegia, és que aquells més crítics amb l'emissora —els fans del «progressive pop»<sup>31</sup>— reclamaven més hores per a un estil que, en la seva opinió, no era viable comercialment: aquest es caracteritzava per la seva «strangeness and untunefulness» i per les seves connexions amb els hippies i les drogues.<sup>32</sup>

En síntesi, durant aquest període, s'accentua la separació entre dos conceptes — *estàndards* i *gust*— que anteriorment s'empraven com si fossin gairebé sinònims. Mentre que el primer suggeria consens i estabilitat, el segon era quelcom més volàtil i que admetia valoracions subjectives. Tanmateix, la BBC seguia estant compromesa en preservar tant l'un com els altres per tal d'evitar ofendre o decebre l'audiència. D'igual manera, hem detectat que l'objecte *pop* adquireix nous significats i connotacions que, en alguns casos, es justifiquen en termes estètics i, en d'altres, responen a prejudicis o a

31 Scott no es refereix aquí al que es va conèixer més endavant com *progressive rock*, sinó només a la seva forma embrionària: el pop psicodèlic.

32 Extret d'un memoràndum conservat als arxius de la BBC a Caversham i reproduït íntegrament a la secció d'història al lloc web de la corporació.

una tendència a l'estereotipatge de determinats col·lectius, sobretot d'aquells més dissidents.

## 7.2. Fase 2. Discursos

Els últims anys seixanta i bona part de la dècada dels setanta van estar marcats, més que qualsevol període anterior, per l'emergència de dos fenòmens socials de gran abast: l'anomenada *revolució sexual* i l'ús cada cop més estès de drogues il·lícites, com ara el cànnabis, l'àcid i la cocaïna. En efecte, si al llarg de la dècada precedent la sexualitat i els estupefaents ja atreïen l'atenció de la premsa i de la comunitat occidental, arran d'un seguit d'esdeveniments —el Maig francès, els primers grans festivals de música o les conferències de Timothy Leary, per exemple— aquests van esdevenir més prominents en els discursos d'aleshores ençà. No és casual, doncs, que les drogues i el sexe, tan identificats amb la contracultura, siguin temes força recurrents en les cançons censurades per la BBC durant el període 1967-1974; no endebades, és en aquell moment que s'encunya la coneguda dita «sex, drugs and rock & roll».<sup>33</sup>

Pel que fa a les referències al sexe, la BBC (Radio 1, en concret) va censurar nombroses cançons, algunes d'elles d'artistes molt populars. És el cas, per exemple, de la cèlebre «Je t'aime... moi non plus» (1969), de Serge Gainsbourg, interpretada per Jane Birkin: les raons darrera d'aquesta censura són de sobres conegudes. «Hi hi hi» (1972), de Wings, el grup de l'ex-Beatle Paul McCartney, va córrer la mateixa sort, en aquest cas, per partida doble.<sup>34</sup> El més reincident, però, fou la icona del reggae i ska, Judge Dread, amb les seves successives «Big six» i «Big seven» (ambdues, 1972), «Big eight» (1973), etc; en aquestes, es narraven escenes sexuals força explícites com si fossin cançons infantils. Finalment, un cas ben particular: «I am the walrus» (The Beatles, 1968) fou prohibida a Radio 1 per les expressions «pornographic priestess» i «knickers» ('calces'), però fou emesa en horari de màxima audiència al canal de televisió BBC1 el dia després de Nadal de 1967, com a part de la pel·lícula *Magical Mystery Tour*.<sup>35</sup>

Pel que fa les referències a les drogues, la BBC continuà emprant l'argument causal per justificar-ne la censura. «Amphetamine Annie» (Canned Heat, 1968), «High again» (Daddy Longlegs, 1970) i «Have a whiff on me» (Mungo Jerry, 1971), amb les

---

<sup>33</sup> Aquesta frase va aparèixer per primer cop l'octubre de 1969 al setmanari *Life*, en un article d'Edward Kern titulat «Can it happen here?», com a part d'un especial dedicat a les revolucions comunistes.

<sup>34</sup> «Hi hi hi» conté referències tant a la marihuana —«we're gonna get hi, hi hi», en què el *hi* sona com *high*— com al sexe: frases com «I go like a rabbit/ gonna grab it/ gonna do it 'til the night is done» no van passar inadvertides.

<sup>35</sup> Les fonts que s'han emprat per a l'elaboració d'aquest subapartat són, si no s'indica el contrari, Martin Cloonan (1996) i Brian Southall (2014).

seves al·lusions a les amfetamines, els estimulants i el cànnabis, respectivament, foren descartades sense miraments. En el cas d'aquesta última, a més, el director de Radio 1 va sentir la (inusual) necessitat de llençar una advertència mitjançant un article al *Melody Maker*: la BBC no toleraria cap incitació al consum de drogues (Muggeridge, 1971, citat a Cloonan, 1996: 122).

Per acabar, no podem passar per alt algunes de les cançons que van ser censurades per contenir missatges polítics. En aquest sentit, destaquen les referències a Irlanda del Nord; un fet gens sorprenent si tenim en compte el recrudiment del conflicte armat entre l'IRA i les forces britàniques, sobretot entre 1969 i 1972, any en què va tenir lloc el Diumenge Sagnant. Precisament, la cançó «Give Ireland back to the Irish» (Wings, 1972) al·ludeix als fets que van desencadenar aquella tragèdia, és a dir, l'empresonament sense judici previ de tot aquell sospitós de pertànyer a l'IRA. També es censurà, per raons similars, «Urban guerrilla» (Hawkwind, 1973): aquest cop, arran del que es va interpretar com una apologia dels atemptats terroristes d'aquell estiu a Londres (Larkin, 2011: 1712).

### 7.3. Fase 3. Pràctiques discursives

Tot seguit ens ocuparem de les pràctiques discursives amb què la BBC va posar en circulació el seu discurs, les quals tenen molt a veure amb la reestructuració de la corporació en quatre emissores que pretenien oferir continguts més genèrics. Algunes d'aquestes pràctiques són la conseqüència lògica d'aquelles endegades durant el període anterior, d'altres foren més polèmiques, però molt significatives. Totes elles tenen un desencadenant comú: el tancament definitiu de les emissores de ràdio pirates.

La més previsible d'aquestes pràctiques fou la inauguració de Radio 1, l'emissora pop, així com de Radio 2 (l'antic Light Programme), Radio 3 (Third Programme) i Radio 4 (Home Service). Amb Radio 1, la BBC volia omplir el buit deixat per les pirates i, sobretot, reconeixia que existia una demanda de pop que havia de ser satisfeta. Si bé això va provocar la resposta irada de qui considerava que oferir un servei continu de pop no corresponia a la BBC, segons Gerard Mansell (1981), la programació de Radio 1 no tan sols no era «vulgar» o inapropiada, sinó que reforçava el caràcter de servei públic de la corporació. Cal remarcar, però, que les bases per a la creació de

Radio 1 es troben al Llibre Blanc sobre radiodifusió del desembre de 1966 que, al seu torn, sorgí de les negociacions d'aquella tardor entre Whitehall i la BBC.<sup>36</sup>

Més sorprenent, d'altra banda, fou la decisió d'incorporar bona part dels discjòqueis de les pirates a la plantilla de Radio 1, com ara Tony Blackburn, Kenny Everett i John Peel. Scott (1968: 43) justificà aquesta resolució amb dos arguments: la BBC volia comptar amb els professionals més solvents (i populars) i, de retruc, canviar la seva imatge. A més, per tal de consolidar la seva renovada identitat corporativa, Radio 1 va recórrer a altres tàctiques. Per exemple, es va estrenar un nou i vistós logotip, amb tipografia i colors d'estil psicodèlic, també es va produir marxandatge per promocionar l'emissora i es van incloure *jingles* —quelcom totalment inèdit a la BBC— per introduir alguns dels programes més populars, d'un estil molt similar als utilitzats per les pirates i les emissores estatunidenques (*Handbook*, 1968: 22).

Finalment, convé subratllar que si bé és cert que els nous *jingles* i punxadiscos, amb el seu estil espontani i desenfadat, van aconseguir imprimir caràcter a Radio 1, la BBC no va desaprofitar l'oportunitat, un cop va guanyar-se el favor dels oients més joves, de portar a terme dues de les seves missions primordials: educar i informar. L'instrument principal per a aconseguir-ho, a banda dels butlletins de notícies,<sup>37</sup> fou el programa setmanal *Speak-easy*, que incloïa converses entre joves i personalitats destacades en diversos àmbits, amb l'objectiu de fomentar el debat sobre temes d'actualitat (*Annual report*, 1970-71: 35). Més endavant, durant els anys setanta —i encara actualment—, la BBC va utilitzar Radio 1 per difondre missatges socialment útils, com ara campanyes per a sensibilitzar sobre el perill de les drogues o l'alcohol. L'emissora, doncs, s'havia convertit en una valuosa eina per a consolidar una «democràcia informada», motiu pel qual el seu caràcter de servei públic s'afermà encara més (Hatch, 1995).

#### 7.4. Fase 4. Subjectes

A continuació, veurem com, malgrat la petita revolució que va encetar Radio 1, la BBC va continuar promovent un discurs similar a aquell en què va sustentar la seva composició tripartida durant més de dues dècades. Aquest discurs, al seu torn, va

---

<sup>36</sup> Segons un memoràndum del director general de Correus escrit en octubre de 1966, es discutí si convenia finançar Radio 1, al menys en part, mitjançant la venda de publicitat, idea que finalment fou descartada.

<sup>37</sup> En aquest sentit, destaca la introducció, en 1973, de *Newsbeat*, un espai informatiu, amb una durada de 15 minuts, adreçat especialment al jovent i que encara avui dia es retransmet al migdia i a primera hora del vespre.

segmentar l'audiència en dues categories ben definides, però falsament oposades. En altres paraules, arran del (necessari) reconeixement del caràcter polifacètic de l'objecte *pop*, però també de la insistència en emprar criteris arbitraris de qualitat per a determinar el valor cultural dels diferents estils musicals, la BBC va crear dos nous subjectes: d'una banda, aquells qui cerquen només entreteniment i, de l'altra, aquells a qui interessa la música intel·lectualment estimulante.

Aquesta classificació del públic de Radio 1 sorgeix, en definitiva, de la descomposició del *sharp pop* en dues categories principals: la primera inclou el pop més comercial o *mainstream*; la segona, tots aquells estils (suposadament) minoritaris i, per tant, poc viables comercialment. Així, a finals dels seixanta, la programació de Radio 1 va concentrar-se en el pop més convencional,<sup>38</sup> mentre que només una part de la tarda dels diumenges es reservava per a la música més especialitzada (pop progressiu, rock psicodèlic i blues, per exemple). Durant els setanta, a mesura que van anar sorgint els sons més avantguardistes (rock simfònic, hard rock, glam, funk, etc), la tendència a segregar en dues franges horàries ambdós tipus d'audiència es va accentuar. Una bona prova d'això són els diversos espais conduïts per l'influent John Peel: a finals dels seixanta, el cèlebre *Top Gear* s'emetia només les tardes de diumenge durant una hora; l'any 1969, Peel presentà també un espai similar tots els dimecres a les vuit del vespre; finalment, entre 1971 i 1975, *Top Gear* (rebatejat com *Sounds of the seventies*) es retransmetia diàriament a les deu de la nit (a les set del vespre, els diumenges).<sup>39</sup>

La BBC justificà la seva graella, com apuntàvem més amunt, no tan sols al·ludint a la relativa popularitat del repertori musical en qüestió, sinó també —i més significativament— en relació amb la manera en què l'audiència consumia aquest repertori. En efecte, els responsables de Radio 1 van defensar l'idea i, per tant, van contribuir a perpetuar el mite de que el pop pot ser o bé «easy listening background music» o bé «culturally valid, quasi classical music» (Barnard, 1989, citat a Cloonan, 1996: 109). La primera implicava poc esforç per part de l'oient i, per tant, s'adreçava a aquells qui només volien entreteniment (per exemple, per acompanyar-los durant la jornada laboral): la seva audiència era passiva i probablement poc refinada en gustos. La segona, per contra, es gaudia millor en la solitud de la llar, sense distraccions: els seus

---

<sup>38</sup> Excepte durant les franges horàries en què Radio 1 i Radio 2 emetien simultàniament els mateixos programes, generalment adreçats al públic majoritari de la segona: en aquest cas, els continguts s'apropaven més al *middle-of-the-road* o a la música lleugera més amable.

<sup>39</sup> Convé recordar que, en aquella època, al vespre i durant les primeres hores de la nit, era la televisió, i no pas la ràdio, la que atreïa la majoria de l'audiència de la BBC.

oients eren els veritables melòmans (Cloonan, 1996: 108-9). En definitiva, no és difícil detectar l'herència de John Reith en aquesta classificació binària: l'audiència de la BBC es componia, d'una banda, d'una minoria cultivada, amb gustos exquisits i, d'altra, d'una majoria que cerca sobretot entreteniment banal.

### 7.5. Fase 5. Poder/coneixement

De manera força previsible, la reestructuració de la BBC va provocar tota mena de reaccions per part de l'audiència. Als canvis substancials introduïts durant la tardor de 1967, però, s'hi van afegir d'altres amb un impacte similar a la primavera de 1970. Ens referim a aquells que es van presentar al polèmic document *Broadcasting in the seventies* (1969), al qual ens referíem en la primera fase de l'anàlisi d'aquest període. Alguns dels canvis més rellevants —com ara aquells que afectaven Radio 3 i Radio 4— van causar consternació en els sectors més conservadors. Allò en que solien coincidir les veus més crítiques fou en assenyalar la relaxació dels estàndards en la programació, així com una actitud negligent de la corporació pel que fa al seu deure d'educar la societat.

La primera institució en manifestar el seu descontentament i en organitzar-se fou la família. Al capdavant, com a representant dels seus interessos, trobem l'Associació Nacional d'Espectadors i Oients, liderada per Mary Whitehouse. Aquesta activista culpà la BBC —i, en concret, Hugh Greene— de contribuir a la decadència moral dels anys seixanta i setanta. En el punt de mira de Whitehouse estaven tant la programació televisiva com la musical de la BBC; aquesta situació s'agreujà amb la posada en marxa de Radio 1, tal com es desprèn de la correspondència dirigida a la BBC en els dies immediatament posteriors. «[Radio 1 is] a dreadful monster», deia una carta, «dragging [the youngsters] to even greater barbarity». «It's enough to have pop programmes when my family of teenagers come home in the evening» (1967), deia una altra.<sup>40</sup>

Whitehouse —qui havia estat una de les primeres oients en queixar-se públicament per la retransmissió de música psicodèlica, perquè, en la seva opinió, aquesta promovia el consum de drogues (*The Times*, 1966: 6)— va redoblar els seus atacs a la BBC durant els últims anys seixanta i primers setanta. Segons ella i els seus aliats, entre els quals es comptaven altes instàncies de l'Església, la corporació promovia la pornografia i la «moral pollution», en detriment del «love and family life»

---

<sup>40</sup> Algunes d'aquestes cartes de protesta es recullen al document confidencial «Correspondence and telephone calls for 7 days ending 31st October 1967», actualment accessible al lloc web de la BBC.



(*The Times*, 1971: 3). La preocupació de Whitehouse, doncs, sorgia del convenciment que alguns continguts de la BBC —determinats gèneres musicals i programes de televisió— eren responsables de l'erosió dels valors tradicionals en la societat britànica.

En canvi, no fou la moral sinó la cultura allò que mobilitzà el món acadèmic i els intel·lectuals. La guspira que impulsà la creació de l'anomenada «Campaign for Better Broadcasting» (CBB) fou, precisament, el document *Broadcasting in the seventies*. Nombroses celebritats del món de les arts i la cultura —el degà de la Universitat de Cambridge, l'escultor Henry Moore i el fundador de l'Orquestra Simfònica de la BBC, Sir Adrian Boult, entre molts d'altres— van acusar la corporació de sacrificar l'alta cultura en favor dels continguts més populars. El pressupost dedicat al Third Programme/Radio 3 minvà considerablement: això significà menys hores dedicades a l'*spoken word* i al teatre, així com una reducció dramàtica de la seva producció musical clàssica (Briggs, 1995: 750-80). Segons els simpatitzants i adherits a la CBB, el problema de fons era l'abandonament del tradicional «mixed programming» en favor de la segregació dels continguts en emissores massa genèriques. El caràcter de servei públic de la BBC, deien, s'havia deteriorat per aquesta raó (*The Times*, 1972: 15).

En resum, a principis dels setanta, la BBC s'enfrontà a la pèrdua de confiança de bona part de l'audiència. Allò que els afectats per la nova política de la corporació reclamaven era, en essència, tornar als temps de Reith: és a dir, «to use the insatiable demand for radio as a means of extending the listener's range of experience and taste» (Ibid.). Al capdavall, deien, «[t]here is no such thing as public taste. You make it» (*The Times*, 1970). En altres paraules, la BBC havia d'assumir el lideratge en matèria de (bon) gust que l'havia caracteritzat durant la seva època daurada: això només ho podia aconseguir apostant pels continguts de qualitat, no per aquells amb què preveia que podria obtenir una major quota d'audiència. Tanmateix, com va recordar Curran, no corresponia a la BBC actuar com a «arbiter of taste or manipulator of society», sinó tan sols oferir «a clear picture of the prevailing scale of values within a society» (*Handbook*, 1973: 9). El problema, segons els seus detractors, era que això tampoc ho estava aconseguint.

## 7. Conclusions

Avui dia, quan es parla de la BBC, se solen enumerar les seves moltes virtuts: imparcialitat, rigor, alts estàndards de qualitat, innovació, diversitat de la seva programació, etc. La seva reputació com a principal proveïdor d'informació i

entreteniment al Regne Unit és pràcticament inqüestionable. D'ençà del final de la Segona Guerra Mundial, durant la qual la ràdio va viure el seu moment de màxima esplendor, la corporació no ha deixat de créixer i transformar-se fins a esdevenir la institució probablement més respectada i imitada en l'àmbit dels mitjans de comunicació.

Tanmateix, durant les dècades de 1950 i 1960, en el context dels profunds canvis en la societat britànica, la BBC es va haver de reinventar per tal d'adaptar-se a les noves necessitats i anhels de l'audiència. Els seus objectius primordials —informar, educar i entretenir— mai s'han abandonat: allò que ha canviat són les estratègies per assolir-los. Com hem vist, la dificultat principal, en aquest sentit, rau en trobar la manera de ser fidel als seus principis en tant que servei públic. En concret, allò que ens ha interessat és com la corporació va mantenir el seu compromís amb allò que entenia per *bon gust* i, alhora, abraçar els nous temps i les noves tendències.

El pop fou, sens dubte, la tendència cultural de major abast que va sorgir a mitjan segle XX i també la que més va contribuir al procés de renovació de la BBC. L'anàlisi del discurs d'inspiració foucaultiana ens ha permès explicitar com es va dur a terme aquest procés i quin impacte va tenir en la corporació i en la societat. L'any 1967, en concret, va significar un punt d'inflexió en la història de la radiodifusió al Regne Unit: les pirates van desaparèixer i Radio 1 va esdevenir el vaixell insígnia del pop. Amb ella, va néixer una nova manera de fer ràdio a la BBC que va guanyar tants admiradors com detractors. Ja res, per bé o per mal, tornaria a ser el mateix.

A poc a poc, doncs, la corporació havia renunciat al paternalisme d'herència reithiana en favor del que alguns van titllar de populisme. Com podia la ràdio continuar servint el públic, quan, de fet, ja no existia un sol públic sinó molts? Com podien conviure el Beatles, els Rolling Stones o David Bowie amb Alma Cogan, Perry Como o Doris Day? Quins criteris calia seguir a l'hora de determinar què era o no de bon gust? Aquestes i altres qüestions van preocupar els responsables de la BBC durant els anys en què el pop va començar a demostrar que era quelcom més que una moda efímera. Perquè, si el bon gust ja no era la pedra de toc de l'excel·lència (o a la inversa), aleshores, què ho era?

Tot i que la BBC ja no podia continuar ignorant un gènere musical ni menystenint la seva audiència, allò que sí podia fer era administrar el nou fenomen de la manera més coherent més possible. Tot sovint, la manera de fer-ho era mitjançant la censura d'aquells continguts que es consideraven nocius o, simplement, poc viables

comercialment. És clar, els criteris que es van emprar per a concloure que una peça era ofensiva, perillosa o mancada de prou mèrit artístic traïen els prejudicis de qui estampava allò de «This record is not to be broadcast» sobre la portada d'un vinil. En bona mesura, però, aquests temors o prejudicis reflectien els de la societat del moment.

La relació entre la BBC i el pop ha estat sovint complicada i polèmica. La ràdio que escoltem actualment té poc a veure amb aquella que escoltaven els nostres avis; tampoc la societat d'avui dia i la de fa cinc o sis dècades tenen gaire en comú. Si hi ha quelcom que l'arribada del pop a les ones va aconseguir és que una institució tan prominent com la BBC es replantegés el sentit i la utilitat de la idea de *bon gust*. En el fons, el discurs del bon gust, com altres, es construeix sobre allò que solem anomenar *sentit comú*, sobre certes suposicions que donem per fetes, que esdevenen veritats; és per això que determinats discursos hegemònics, com ara el del bon gust, han sobreviscut tant de temps.

El cert és que no és fàcil determinar què és o no és el bon gust. De fet, aquest és un concepte en desús, ja que té connotacions de classe que el fan poc vàlid per jutjar molta de la producció artística recent. Si quan parlem de llibertat d'expressió sovint és difícil definir les línies vermelles que en cap cas es poden creuar (si és que n'hi ha), quan parlem d'art, tampoc sembla convenient prescindir totalment d'aquestes línies, és a dir, d'algun criteri que impedeixi que caiguem en el relativisme del «tot es val». Allò que hem tractat de demostrar en aquest treball és que el pop va obligar la BBC a renegociar contínuament les fronteres entre allò desitjable i allò indesitjable, entre l'excel·lència i la popularitat, entre l'art i l'entreteniment.



## 9. Referències bibliogràfiques

- ADDISON, Joseph; MORLEY, Henry (ed.) (1891). *The Spectator: A new edition*. Londres: Routledge.
- BOURDIEU, Pierre (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge (Massachusetts): Harvard University Press.
- BOURDIEU, Pierre (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge (Massachusetts): Harvard University Press.
- BRIGGS, Asa (1970). *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Vol. 3, *The war of words*. Oxford: Oxford University Press.
- BRIGGS, Asa (1979). *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Vol. 4, *Sound and vision*. Oxford: Oxford University Press.
- BRIGGS, Asa (1985). *The BBC: The first fifty years*. Oxford: Oxford University Press.
- BRIGGS, Asa (1995). *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Vol. 5, *Competition (1955-1974)*. Oxford: Oxford University Press.
- CLOONAN, Martin (1996). *Banned! Censorship of popular music in Britain 1967-1992*. Hants: Arena.
- CLOONAN, Martin (2003). *Policing Pop*. Philadelphia: Temple University Press.
- DICKIE, George (1996). *The century of taste*. Oxford: Oxford University Press.
- FOUCAULT, Michel; GARZÓN DEL CAMINO, Aurelio (trad.) (2002). *La arqueología del saber*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- FOUCAULT, Michel; GARZÓN DEL CAMINO, Aurelio (trad.) (2009). *Vigilar y castigar*. Ciutat de Mèxic / Buenos Aires / Madrid: Siglo XXI Editores.
- FOUCAULT, Michel; GUIÑAZÚ, Ulises (trad.) (2011). *Historia de la sexualidad*. Vol. 1, *La voluntad de saber*. Mèxic, D.F.: Siglo XXI Editores.
- FRESHWATER, Helen (2004). «Towards a redefinition of censorship». *Censorship & cultural regulation in the Modern Age*. Nova York: Rodopi.
- FRITH, Simon (2016). *On record: Rock, pop and the written word*. Nova York: Routledge.
- HIGH TABLE OF KIG'S COLLEGE, CAMBRIDGE (19 gener 1970). «Future of radio broadcasts: questions for the BBC». Letters to the editor. *The Times*, p. 9.
- HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony. *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*. Abingdon: Routledge, 2006.
- KERN, Edward (17 octubre 1969). «Can it happen here?». *Life*, 67 (16) 70-77.
- LARKIN, Colin (2011). *The Encyclopedia of Popular Music*. Londres: Omnibus Press.
- LEIGH, Spencer (2010). *This record is not to be broadcast* (vol. 2). Londres: Future Noise Music Ltd. 2 CDs amb llibret.
- «Nationwide rally in favour of family living» (12 juliol 1971). *The Times*, p. 3.

- OWEN, Ursula [*et al.*] (1998). «Censorship? What censorship?». *Index on Censorship*, 6 (27), 5.
- PARKER, Ian (1992). *Discourse Dynamics: Critical analysis for social and individual psychology*. Londres: Routledge.
- PAYNE, Jack (23 juny 1956). «Should we surrender to the teenagers». *Melody Maker*, p. 5.
- PLATÓN (2006). *La república*. Madrid: Alianza.
- RACE, Steve (5 maig 1956). «Rock-and-Roll». *Melody Maker*, p. 5.
- SCOTT, Robin (8 de juny 1968). «The British radio scene: a special report». *Billboard* (núm. 23, pàg. 43).
- SOUTHALL, Brian (2014). *Banned on the run: The music THEY wouldn't let YOU buy*. Wivenhoe: Popublishing.
- «The BBC's crisis of doubt» (14 novembre 1972). *The Times*, p. 15.
- WHITEHOUSE, Mary (13 desembre 1966). «Psychedelic music protest». Letters to the editor. *The Times*, p. 6.
- WILLIG, Carla (2013). *Introducing qualitative research in Psychology*. Maidenhead: Open University Press.

### **Documents publicats per la BBC**

- BRITISH BROADCASTING CORPORATION (1954-1974). *BBC Handbooks, Annual reports and accounts*.  
 Ambdues col·leccions disponibles, mitjançant subscripció a:  
 <<https://microform.digital/boa/collections/6/bbc-handbooks-annual-reports-and-accounts-1927-2002>>
- BRITISH BROADCASTING CORPORATION (1969). *Broadcasting in the seventies*. 13 p.
- BRITISH BROADCASTING CORPORATION (1973). *Taste and standards in BBC Programmes: A study by the BBC for its General Advisory Council*. 11 p.
- HAACKE, Kathleen (1967). «Correspondence and telephone calls for 7 days ending 31st October 1967». 2 p.

### **Debats parlamentaris (Hansard) i altres documents governamentals**

- GOVERN DEL REGNE UNIT (1966). *Broadcasting* (Cmnd. 3169). Llibre blanc.  
 <<https://bbcbrandingrequests.co.uk/historyofthebbc/radio/R101-114-1%20-%20Government%20White%20Paper%20-%20Broadcasting%201966.pdf>>
- HOUSE OF LORDS (1962). Juliol 18 Debat «The Pilkington Report» (vol. 242, col. 605).

<<https://api.parliament.uk/historic-hansard/lords/1962/jul/18/the-pilkington-report-on-broadcasting>> [Consulta: 15 abril 2019]

HOUSE OF LORDS (1964). Maig 13 Debat «The problem of leisure» (vol. 258, col. 265).

<<https://api.parliament.uk/historic-hansard/lords/1964/may/13/the-problem-of-leisure>>

[Consulta: 20 maig 2019]

HOUSE OF COMMONS (1965). Maig 13 Debat «Broadcasting» (vol. 712, col. 729).

<<https://api.parliament.uk/historic-hansard/commons/1965/may/13/broadcasting>>

[Consulta: 20 maig 2019]

SHORT, Edward (18 octubre 1966). *Broadcasting policy. Memorandum by the Postmaster General.*

<<http://filestore.nationalarchives.gov.uk/pdfs/small/cab-129-126-c-66-141.pdf>>

### **Documents audiovisuales**

*Entrevista de Frank Gillard a Gerard Mansell* [enregistrament sonor] (1981). BBC Oral History Collection.

<<https://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/radioreinvented/launch?lang=gd>>

*Entrevista de Frank Gillard a David Hatch* [enregistrament de vídeo] (1995). BBC Oral History Collection.

<<https://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/radioreinvented/launch?lang=gd>>

### **Webgrafia**

BRITISH BROADCASTING CORPORATION. «Our values» [en línia]. *Careers*. BBC, cop. 2019.

<<https://www.bbc.co.uk/careers/why-join-us/values>> [Consulta: 30 maig 2019]

### **Imatge de portada**

«Boys are back in town: Radio 1 DJs Tony Blackburn, Stuart Henry, Ed ‘Stewpot’ Stewart, John Peel and Dave Lee» [fotografia]. Autor desconegut. *The Independent* (28 setembre 2017).

<[https://www.independent.co.uk/news/long\\_reads/radio-1-50-birthday-anniversary-terry-wogan-john-peel-yewtree-songs-presenters-scandals-a7971961.html](https://www.independent.co.uk/news/long_reads/radio-1-50-birthday-anniversary-terry-wogan-john-peel-yewtree-songs-presenters-scandals-a7971961.html)> [Consulta: 30 maig 2019]