

# el fenómeno socio-cultural de la canción moderna

**juan lorente arenas**

*“Todo en la vida es  
como una canción”*

Hasta ahora la música, la más tardía de todas las artes si la comparamos con el desarrollo de la arquitectura o la escultura, era un sabroso deleite de minorías, el índice de una cultura refinada, “placer de dioses”, perfume de los salones de alta sociedad.

El pueblo seguía cantando y bailando, como siempre lo había hecho en la historia, como lo hiciera David y los juglares, como lo siguen haciendo en las fiestas, sabrosas fiestas populares. Es un “folklore” sincero, alegre, sin pretensiones de exquisitez cortesana.

Hoy, en cambio, ha surgido todo un mundo musical, patrimonio de todos, sin distinción de raza, cultura o lengua. La tierra entera se ha llenado de canciones, llena nuestra atmósfera y penetra los rincones más privados de nuestra vida. En la cultura occidental es un auténtico fenómeno de socialización de la música, un proceso que podríamos llamar “cancionalización”.

## 1. *Algunas causas de este fenómeno*

Basta un poco de observación, aplicar el oído, y examinar de dónde salen esas canciones. Y ante todo de la *plaga de transistores*. La radio, al convertirse en transistor, ha invadido toda clase de ambientes, como una nube “radioactiva”. Ha saltado a los bolsillos, preside los talleres, sonoriza la vida doméstica, y si se prefiere puede acompañar hasta la pesca submarina. A todas partes se puede ir con un botón sonoro prendido en la oreja.

Pero hace falta música, cantidades ingentes de melodías que llenen tantas horas de transmisión. Y a ello se han lanzado las más poderosas armas de la industria. Productoras internacionales con fabulosos capitales y no menores ingresos, como la casas Philips, MGM, Mercury, RCA, Columbia, Barclay... por citar sólo unas cuantas, han puesto en el mercado unos 35.000 discos de larga duración (LP) distintos, y la muchedumbre innumerable de los "pequeños" de 45 r.p.m. Toda una cosecha discográfica de increíble amplitud.

Y para tanto disco, tantos intérpretes. Ya no es un firmamento de estrellas, son verdaderas galaxias que rodean nuestra vida cotidiana con sus ritmos variados e incansables. 7.000 "conjuntos" había registrados en una capital europeo el año pasado.

También han surgido nuevos aparatos de "hacer música", como el *toca-discos*. En España, se vendieron durante un año más de 300.000. La televisión misma, instalada en cada hogar, es una fuente importante de sonidos musicales. Las máquinas "disco-perras" instaladas en los bares, de las que había 50.000 hace dos años en Francia, por ejemplo.

Como productores de canciones habría que citar los célebres *Festivales*, palabra que se ha convertido en un signo casi mágico para la sensibilidad de nuestros contemporáneos. Recuérdese el de Eurovisión, San Remo, Mediterráneo, Benidorm, Atlántico (Canarias), Miño; Méjico, Río de Janeiro... y otros que están surgiendo con signo popular y regional como los del Cante Flamenco, o el de la Feria del Campo.

Luego existen *recitales*, como los del Olympia de París, la "Scala de Milán" de la canción ligera; sesiones en salas de baile, "guateques", amenizadas por repertorios astronómicos de canciones. En 1966, por citar un año singular, se lanzaron a las ondas unas 40.000 canciones nuevas.

Y como signo de una sociedad burocratizada, la canción tiene también su "Bolsa", los *Hit-parade* nacionales e internacionales, donde suben y bajan los valores musicales, con una rigurosa exactitud.

## 2. Signos de este fenómeno

Hasta ahora he dado datos externos, aunque ya hablan bastante por sí mismos. Pero, quisiera fijarme en algo más hondo, analizar, aunque sea someramente, esas líneas de fuerza que orientan el fenómeno musical actual.

Prescindo desde luego de esa otra música, que llamaríamos "sinfónica", que sigue siendo arte de minorías y que laboriosamente busca nuevos caminos, ayudada de los últimos adelantos científicos. Música de laboratorio y de aparatos electrónicos, que la gente de la calle llama "música espacial", sin hacer demasiadas distinciones.

En una encuesta reciente se investigó quiénes eran los que compraban los discos. Y dio el siguiente resultado: Gente pudiente 52 por ciento; Clase media 29 por ciento; Obreros 19 por ciento. Son datos sin pretensiones científicas, pero muy significativos. En primer lugar los discos llegan a todos prácticamente, sin distinción de cultura; es un índice de

la masificación musical. Y en segundo lugar, llegan en relación directa con el poder adquisitivo. Esto viene a confirmar que la cultura y economía son inseparables.

Pero lo típico de la canción actual es que, gracias a los medios baratos, tiene bajo su poder de seducción a toda la sociedad, porque orienta y regula esos sentimientos comunes que surgen de la convivencia.

La encuesta a la que antes aludí preguntó también la edad de los compradores de discos. He aquí el resultado: 33 por ciento de 20 años para abajo; 49 por ciento entre los 20 y los 30 años; 10 por ciento entre los 30 y 40 años; y el 8 por ciento de los 40 años para arriba... La conclusión que, a la vista de estos datos, resalta poderosamente es la juventud. El fenómeno de la canción se da casi totalmente entre jóvenes y como por otra parte es un fenómeno masivo, resulta que en este campo, como en otros muchos, el poder lo tienen los jóvenes. Es un índice bien expresivo de la "juvenilización" de nuestra era, donde hay países con una edad media que no sube de 25 años. Y así se explica el culto rendido celosamente a las "estrellas" del cine, del deporte, de la belleza. Una exaltación de los valores juveniles, en cuanto tales.

Entrando en el signo de la canción en sí misma, nos encontramos enseguida con la variedad. Hay una melodía para cada hora del día, para el amanecer, para el trabajo, para el ocio hogareño, para los que trabajan de noche, para divertirse, para soñar, para protestar...

Sin embargo, por su relación estrecha con los sentimientos, las canciones son efímeras. Nacen y suenan con fuerza, pero pronto son olvidadas en el silencio. Primero por el cansancio que produce su repetición y después, porque detrás de ellas viene una nueva ola, nuevas canciones que sepultan a las primeras. Es el signo de la música actual, la transitoriedad, estrellas fugaces que como la juventud y los sentimientos, brillan un instante y pronto desaparecen.

¿Y cuál es el contenido de la canción moderna? La canción canta siempre al amor. Es sorprendente este dato. A veces nos resulta irritante esta insistencia machacona sobre el mismo tema, sobre todo si es tratado con frivolidad. Pero no podemos negar que en este punto la canción ha sabido llegar al fondo. Ha tocado el corazón —nunca mejor dicho— de lo que constituye el ser del hombre. Y lo expresa con poesía, con ardor. Imagina las situaciones más dispares, pero siempre encuentra esa vena del amor. Hablará también de otros temas como la esperanza, el trabajo, la guerra o el dolor, pero en ellos descubrirá sin duda la marca definitiva del amor.

No puedo detenerme a hablar sobre la técnica, que nos llevaría muy lejos. Sí es necesario dejar claro que esta "música moderna", que para los músicos a ultranza ha tenido siempre un matiz peyorativo, va ganando a pasos agigantados en calidad. Grandes músicos y mejores medios técnicos se han incorporado a ella, y nos están dejando obras de un estupendo valor artístico. Nuevos sonidos que pasarán a la historia de la mejor música. Recuérdese, por citar alguno, el "Liverpool sound" y los Beatles.

La canción tiene también muchos estilos. En vez de agruparlos y definirlos, me voy a servir de un sondeo hecho en Italia que nos muestra las preferencias del público sobre los diferentes tipos de canción: la sentimental era preferida por un 43 por ciento;ailable 18 por ciento; moral 14 por ciento; antigua 11 por ciento; exótica 8 por ciento; intelectual 6 por ciento. Son unos números bien expresivos. Casi la mitad se queda con la música que toca la fibra sentimental. Este dato define el lado indudablemente "romántico" de nuestro neo-humanismo. Viene después loailable, es decir, lo rítmico, lo que pone en acción las fronteras más extremas del "yo corporal". Es casi como una droga más, una fuerza que nos transporta a ese mundo flexible y dinámico de la danza. Lo moral se lleva también un buen tanto por ciento. Es la música de mensaje, la que tiene algo que decir, la que hace pensar sin esfuerzo. La intelectual tiene el porcentaje más bajo. Por fin, la exótica se queda muy atrás. Yo me atrevería a decir que es un signo, si se quiere mínimo, de la cultura occidental, demasiado cerrada en sí misma.

### 3. *La canción en el futuro*

No me voy a aventurar, como es natural, a hacer de profeta. He querido acabar señalando simplemente unas cuantas líneas de fuerza, unos vectores que a mi juicio tienden a delimitar el signo de la canción en el futuro.

En lo externo se nota una clara vuelta a lo melódico. Piénsese en los últimos Festivales, donde se han premiado canciones "sentimentales". La eclosión del ritmo de hace unos años, va amainando. Fue la sorpresa al descubrir el folklore negroide, que tuvo la exclusiva durante un tiempo. Ese ritmo es importante, diríamos esencial, pero no es toda la esencia. Ahora irá siendo integrado en un conjunto de tipo más melódico.

Pero el Arte es un vehículo. La música, el arte del tiempo, sigue el ritmo del "inconsciente colectivo" y del "consciente socializado". Si actualmente expresa en muchos casos un desconcierto, pronto irá señalando los logros de nuestra civilización, la cenestesia de una sociedad más orientada, las aspiraciones que laten en el fondo "endotímico" de nuestra cultura. Porque esperamos que haya un saneamiento y un cauce normalizado para este "mundalismo" al que nos vemos abocados. Este "secularismo" en el sentido más positivo de la palabra y signo indudable del porvenir, tiene, hoy por hoy, desviaciones que es necesario encauzar. Sugeriré las que apuntan en el terreno de la canción.

En primer lugar no toda realidad es "sexo". En la canción, más que en otros terrenos, se expresa con asombrosa regularidad el hecho de una sociedad erotizada, en la que todo va adquiriendo un sentido por su relación al sexo: la naturaleza, el trabajo, los ratos de expansión o de intimidad, las diversiones o las melancolías todo queda entrevisto y saboreado a través de este prisma sexual. La más superficial consideración a nivel psicoanalítico, ¿no nos hablaría de inmadurez? Así lo creo. Y por tanto, no será cuestión de ceñudas censuras sino de impulso hacia una vida más adulta, más comprometida, más responsable.

En segundo lugar no todo lo sexual es amor. El hombre —espíritu encarnado— necesita de esa base, ese soporte material. Es más, con frecuencia lo sexual debe ser el signo y el índice más elevado de la entrega de los espíritus, como ocurre en el matrimonio. Pero el amor es algo más serio, más absorbente, más totalizante. El cristianismo nos ha enseñado que más allá del dolor, del servicio abnegado, de la cruz, es donde hay que buscar al amor. Y una celebración erótica del cuerpo, un insípido y manido “Baby, te quiero” repetido hasta la saciedad, no puede llenar a nadie.

Por fin, no todo el amor es dinero. No podemos tolerar que la realidad más santa, el exponente de la dignidad humana, se convierta en un vehículo de explotación material. Un capitalismo que acapara el poder en virtud del “tráfico del amor”, no tendría justificación social ni moral. Hay que librarse a toda costa del juicio valorativo imperante, que se repite con la devoción de un rito idolátrico: “es muy comercial”.

Tengo la seguridad de que el sentido histórico nos irá llevando con mano experta por el camino de una canción de auténtico valor artístico y fondo humano que será a la vez religioso, porque cuando la “comunidad redimida” cante sus alegrías y sus aspiraciones y sus penas, cantará —seguirá cantando— al Amor.

