

La música desgraciada

Toni Ruiz Díaz

1. El ocaso de la experiencia musical

Es incalculable la cantidad de música a la que se ha podido tener acceso desde que la tecnología de reproducción casera iniciara su progresión geométrica (LP, casete, video, CD, DVD), y deviniera imparable el desarrollo de la radio, la televisión e Internet. Pero en Occidente la difusión oral de la tradición se ha perdido, dando lugar a una nueva experiencia musical. Ya en 1935 escribía Walter Benjamin que la autenticidad de la obra artística —su «aura»— tiende a atrofiarse cuando es reproducida. Porque la multiplicación de la obra, a la vez que supera lo irrepetible del momento creador, desvincula a éste de su tradición. El pensador alemán vislumbraba, no obstante, que el fenómeno de la reproducción regeneraría a la humanidad, al acercar el arte a las masas. Claro que por entonces la sociedad tecnificada que hoy conocemos estaba aun en ciernes. Aun no podía concebirse hasta qué punto el modo de producción tardo-capitalista incidiría en la carencias del individuo y en la degeneración del arte.

La cultura musical de masas, a través del *pop*, y en paralelo al auge de la industria discográfica, ha fagocitado todo reducto de libertad, tendiendo a la instrumentalización económica de sus componentes: de oyentes e intérpretes, pasando por medios de comunicación y crítica. Bien que la música pop —incluyendo esta categoría al rock y sus derivados— pudo tener su raigambre en la mezcolanza de unas determinadas formas musicales o en lo ritual e interpersonal del folklore más que

en las motivaciones socio-políticas de cualquier revuelta juvenil que la tomara como medio de expresión. Pero no puede olvidarse que su formato sólo fue reconocible a partir del estallido de la sociedad consumista surgida tras la Segunda Guerra Mundial. En este sentido, el oyente moderno –léase occidental y urbanita–, como ha hecho en otros ámbitos de su existencia, se ha mimetizado con la masa para olvidar su insegura particularidad, dedicándose en vano a apresar productos sonoros que le igualan a sus semejantes.

Una vez demostrado que por menos que una serie de notas se reitere al oído queda grabada en la mente del receptor; la industria cultural utiliza a su antojo este *continuum*, meciendo a un sujeto para el que resulta nulo el valor que excede de lo consumido. Siguiendo a Roland Barthes, el razonamiento de lo verosímil, es decir, el de aquellos que sólo creen en un mundo cerrado donde sólo cabe lo ya percibido, halla en la habitualidad un «servidor de la moral y la estética, un tomiquete entre lo Bello y lo Bueno». Esta entrenada actitud, indisociable del gusto musical actual, encuentra en la nueva melodía pegadiza, con su ritmo cuadrulado e inexcusable y previsible desarrollo, una ilusa quimera que se mantiene en la cresta de la ola. Esperanzado por una respuesta siempre afirmativa, nunca abierta a la diferencia o a un punto de fuga que le haga cavar; el oyente sólo está dispuesto a mirarse en su propio espejo. Tan tecnificado como falto de criterio, se ha apegado mecánicamente a lo más fácil: el tipo de música que le es arrojada diariamente. No hay más que encender el televisor o la radio para comprobar el nivel de decrepitud al que ha llegado tal apego.

2. «Triunfo» y gusto: un círculo cerrado por el mercado

La absolutización del éxito, imperante en la arbitraria historia de la «música moderna», ha desgastado un concepto que se recuesta tedioso en los sentidos del aficionado mínimamente despierto. Esta música de recortable no se atiene a la sinceridad del individuo que, como tal, se cuestiona –sea intérprete

u oyente—, sino al requerimiento del estilo que pasa por la masa. En las antípodas de la emancipación que falsamente se ha afirmado comporta la música *pop*, su sola autonomía se ha hecho inalcanzable desde que el filtro cultural, plenamente mercantilizado, le diera cobijo. De tal forma que el gusto ha sido acostumbrado y canalizado por lo que podríamos denominar «administración de lo musical». Que con ello se aboque al imperturbable aficionado al «usar y tirar» paradigmático de la existencia posmoderna, no importa a quienes velan por el beneficioso empobrecimiento del espíritu.

En España, sin ir más lejos, el último boletín trimestral Delfos, elaborado por la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) y 700 profesionales del sector, continúa asegurando la pervivencia de este régimen. Mano a mano, poder público, discográficas y medios de comunicación verifican en porcentajes las posibilidades comerciales a corto plazo de los estilos musicales: *Hip-hop* y *reggaeton* (41%), *pop* (39 %), mestizaje (32%), flamenco (24%), música electrónica (23%), etc. No puede dejarse de añadir que, frente a esta perspectiva, el pirateo de CDs y las descargas de Internet, no sólo han producido un replanteamiento del negocio, sino que suponen una dinámica forma de rechazo que merecería un capítulo aparte dentro de esta perspectiva.

Claro que los efectos de la degradación no se detienen en lo propio. Si el sustrato espiritual y oral de la tradición musical ha sido salvaguardado en las zonas del mundo donde no alcanza el mercado, el imperialismo *pop* engulle con su «esqueleto ejemplar» cualquier forma que se salga de sus márgenes. Lo que suele englobarse en el apartado «otras músicas» —étnica, flamenco, etc.— ha de sufrir previamente un proceso de transformación para ser fácilmente rumiado, en realidad cercenado de su originaria diversidad. Es este el predicado *pop* que rubrica implícitamente cualquier género. Sólo quienes de antemano procuren «estilizarse» podrán seguir copando las moribundas listas de éxitos. Así, un grupo de rock flamenco tocará exactamente lo que se espera del rock flamenco, con

todos sus *tics* y del modo más estandarizado. Ya que el consumidor está convencido de que el límite de su entendimiento sonoro se encuentra en unas determinadas sucesiones de acordes y ritmos, el intérprete los combinará con la certeza de encontrarse en todo momento dentro de los límites de la verosimilitud. La capacidad para la sorpresa supone una herejía en este círculo cerrado cuyas miras se limitan, en aras de la perpetuación del dogma, la popularidad y el rédito financiero.

3. Idolatría y espectáculo: ¿dónde está la música?

La mentira late de forma más sangrante en la fabricación del ídolo, que revierte en una voluntad de dominio donde el individuo permanece postrado, aniquilado por una imagen cada vez más digitalizada, que le ahuyenta del pensamiento. Para preservar la mascarada son necesarias las adormecedoras «virtudes» del *entertainment*. Lo decía Nietzsche, de modo visionario, a finales del siglo XIX: «Hoy el músico se está volviendo actor, y cada vez más su arte se desarrolla como talento para mentir. Esta transformación del arte en espectáculo es expresión exacta de una degeneración fisiológica, de una forma de histerismo.» El mito y el ídolo son constitutivos de la identidad, productos de la conciencia, mientras que la auténtica música es naturalmente desafiante al des-identificar el mundo, poniéndolo en suspenso. Por ello, como ocurre en el mundo del *rock* y el *pop*, en el que la mitología ocupa un lugar central, la música pasa a ser algo más del espectáculo, la semántica se desvía peligrosamente: lo masivo se torna repentinamente superior y el hedonismo finalidad ineludible.

Como anticipaba Theodor W. Adorno, «la diversión —*amusement*— fomenta la resignación». Con ella en el fondo se asiente a una construcción que previamente ha cerrado los sentidos al individuo, arrancándole su subjetividad, el vestigio último que le diferencia de los animales. La presunta lógica del «querer divertirse, no pensar» es contradictoria en sí misma, puesto que esa misma frase implica el haber pensado.

Lo tétrico es que medios de comunicación, críticos y aficionados «ilustrados» vocean este reinado del disparate. Hace unas semanas, desde las páginas de *El País*, el «literato» Benjamín Prado afirmaba: «de un concierto de U2 o sales convertido en mejor persona o es que no tienes corazón (...)». Los espectadores fueron felices de esa manera efervescente y sin edad en la que uno sólo puede serlo en un concierto de rock and roll». Prado glorificaba el despliegue de luminotecnología y las consignas pseudo-políticas de Bono, como si tuvieran que ver con la música, o peor, como si incluso le proporcionaran mayor envidia. De forma idéntica, en el mismo diario, a propósito del inicio de la última gira de los Rolling Stones, se sostenía que ese símbolo que les representa en forma de lengua, exhibida desde algún lugar del recinto, se constituyó en «elemento estético predominante». Esto es, se saluda la indumentaria del espectáculo, anteponiéndola al quehacer del músico, y elevándola ante la vista del oyente —nótese la paradoja—, con el efecto seguro de desorientarlo.

El reciente Live-8 tampoco se abstraigo de esta parafernalia. Artistas como Madonna solicitaban entre contorsiones una solidaridad que para nada ejercen en la relación de destierro y desprecio a la que someten a sus *fans*. Hundido en un divertimento que se sabía efímero, el evento sólo pudo despertar la conciencia de quienes durante unos días purgaron remordimientos desgravando ganancias multimillonarias. En el discurso mitómano y hedonista la música queda relegada al lugar que conviene a la ideología economista. A partir de esa prefabricación ninguna diferencia existe ya entre U2 y Don Omar; ni separa a los Rolling Stones de Shakira.

4. La eterna servidumbre del estilo

No se engañen los presumidos *connoisseurs*. El «rock de calidad» también promete un estilo que descubre espabilados. Como si el desgarrar guitarrero pudiera valer todavía para apreciar no-sé-qué-*angst* ancestral, el enésimo renacer del

punk o el último *revival* de tiempos pasados siguen estrellándose contra una fórmula incompatible con la subversión. Más temprano que tarde sus canciones formarán parte de anuncios publicitarios, sintonías de esa realidad ideal que, como diría Marcuse, también incluye en su escaparate modelos trasnochados de alienación. Sin perjuicio de que los circuitos y bandas independientes se reproduzcan sin cesar, nadie le hace ascos al *mainstream*, en cuyos medios «todo el mundo puede verte», con lo cual hasta los más diminutos participan de las ventajas del *trust* al que querían oponerse.

Tampoco basta con dar salida a universos personales, pues pronto se cae en la cuenta –en el juego de espejos nuevamente–, de que la propuesta será catalogada de una u otra manera por una cultura –sobre todo la periodística, en implícita connivencia con el mercado– que adora el encajonamiento. El post-rock, por ejemplo, término acuñado por la crítica trillando todo lo que no se atiene a lo reconocible dentro del rock –temas instrumentales que huyen del formato estrofa-estrofa-estribillo–, no viene a ser sino una «técnica» experimental, cultivada desde hace décadas por músicos que nunca se ciñeron a un estilo. Al contrario, en tanto que entorno coartador de su vivencia, violentaron el estilo hasta dar con nuevas formas y, sobre todo, vías más anchas para el oído.

Es esta auscultación del habla musical, participativa para con el oyente, incontinente con lo real y abierta a lo imprevisto, la que nos recuerda la otra responsabilidad del músico, oyente absoluto desde el momento en que, antes que nadie, ha de escuchar lo que compone, toca o canta. Con la tendencia al género, típica de quienes trabajan con mercancía, y definitivamente inserta entre lo que se quiere alternativo, se hereda de la cultura musical hegemónica la servidumbre del estilo como engaño masivo. Allí, no sólo el músico, sino el aficionado, se sienten plenamente satisfechos en un compartimiento que, por ya definido, resulta «más verosímil». Apto para integrarse en un engranaje donde aquella responsabilidad pierde su sentido por completo.