

Los nuevos cánones de la música popular

por Alejandro Insaurrealde

En la actualidad, existen reglas en el mundo de la música popular que ya no sólo responden a una demanda de consumo - ya sea en función de una moda o ideología imperantes - sino que suponen una tozuda pretensión de querer igualar hacia abajo el nivel cultural de sus consumidores.

Son varias las aristas que conforman la crisis cultural que se abate sobre el mundo consumista de hoy. El sector joven, por ejemplo, ya se ve damnificado desde la edad escolar, y una de sus problemáticas, es la crisis de valores. Es un problema que azota al postmodernismo y que está emparentado, entre otras cosas, con la tendencia de querer sobresalir a cualquier precio en una sociedad donde no siempre se gratifica al que más lo merece. Esto lo absorben los niños, aprenden sus códigos, y se instala así un protagonismo que desplaza al mérito intelectual o profesional, donde la cultura exitista predominante premia a aquel que tiene mayores ingresos y bienes materiales y no siempre aquel que se formó en alguna especialidad. Ya no importa si el cavernario a bordo de su "cuatroporcuatro" enriqueció sus arcas de manera sospechosa, es todo un *winner* y va a ser un digno poseedor de lujosos palacetes y del harén más exclusivo. Un investigador, un docente, un científico o simplemente un trabajador, si no sube a ese tren de opulencia social, es un *looser*, un fracasado. Este nuevo "modelo" cuenta con mecanismos prebendistas en donde el mismo Estado es a veces un campo fértil para las sanguijuelas de ocasión que buscan ganar dinero en forma rápida y con el menor esfuerzo. El consumo de frivolidad y amarillismo mediáticos son también fieles fogoneros de estos paradigmas, e inflan un globo de flatulencia cultural de consecuencias lamentables.

A esta crisis de valores se llega, como es sabido, por la deficiente educación recibida en el hogar, producto de la desatención de los padres o de las crisis matrimoniales que desembocan en divorcios o abandonos. Muchos padres modernos, cuando ambos tienen que salir a ganarse el pan o cuando entran en esas competencias de status que les impone tanto el mercado como la sociedad misma, no hacen un debido seguimiento de la educación de sus hijos. Así nos posicionamos frente a una causal explosiva que amenaza al niño en plena etapa de formación.

Estos valores en crisis son algunos de los componentes del déficit cultural que se viene en caída libre sobre todo, en países con una historia complicada - como la nuestra - o bien, con una historia soslayada por el modernismo excesivo.

La música popular - portadora por excelencia de los quehaceres, pensamientos y emociones del público masivo - se hace eco de esta problemática cultural que viene agrietando cabezas desde hace años. Así, el gusto musical se vuelve precario debido al hipnótico consumo de canciones de pobre factura, poca calidad interpretativa y con mensajes que no dicen nada nuevo. Uno de los cánones vigentes en la música mediática sigue siendo el culto a la imagen, potenciado en la industria del video. Todavía hoy seguimos atravesando una

era *óptico-dependiente*, una era en que los artistas deben poseer, además de un trabajo discográfico, una imagen agradable, coqueta o sensual impresa en alguna producción videográfica. Esto se torna una condición *sine cuanon* si el artista quiere que su producto tenga proyección comercial masiva.

Convengamos que en todas las épocas y ámbitos, los productos y bagatelas artísticas siempre han tenido su espacio; convengamos que la erudición, el buen gusto y la complejidad no siempre son rentables; convengamos también que la voluntad de las mayorías termina imponiéndose. Pero en este tiempo cada vez más "globalizado", estas tendencias se vuelven más palpables por lo vertiginoso en que viaja la información, y nos volvemos testigos silenciosos de esta realidad.

Siempre hay quienes intentan establecer un equilibrio, y aún así, las bagatelas pueden imponerse. Pero el intento bien vale la pena. Si nos procuramos ser cultores de la diversidad, se debería reforzar la búsqueda de ese equilibrio que nos permite tener mayores opciones de consumo ya no sólo de la música popular, sino en cualquier rama del arte. La televisión por cable y *Direct TV* son algunas de estas opciones, aunque no tan democráticas y asequibles debido a los elevados costos que aun mantienen. Hay espacios donde se publican conciertos gratuitos al aire libre, como las revistas culturales de barrio y fanzines, los programas de radio de corto alcance, la publicidad "de boca en boca". Estas son algunas de las vías que le hacen contrapeso a ese monstruo llamado música comercial que, en otros tiempos, arrojó talentos que eran fieles a sus principios y que cuando se vendían, lo hacían con discreción. Hoy, esa discreción casi no existe.

Los que somos un poco más ilusos en estas cuestiones, no esperamos que un jazzista, tanguero o rockero tenga mayor salida laboral tocando piezas más elaboradas. Pero sí se espera que la música popular haga un poco de saneamiento artístico comenzando por el buen gusto y la calidad, responsabilidad compartida tanto para quienes hacen esta música como para quienes la escuchan. Sería esta, una clara señal de una mejora no sólo del nivel cultural, sino también de los valores de quienes consumen arte popular.

INSAURRALDE, Alejandro. Los nuevos cánones de la música popular. *Literarte* [en línea]. 2009.