

La revolución discográfica se incubó en nuestro país al comienzo de la década de los cincuenta; es decir, coincidiendo con la aparición de los primeros microsuros. Hasta aquel entonces, los discos eran una especie de plúmbeas bandejas circulares de pasta negra y quebradiza que giraban (teóricamente al menos) a una velocidad de 78 revoluciones por minuto. El poseedor de un gramófono —en aquella época no se hablaba aún de «toca-discos», ni tan siquiera de «pick-up», sino de «gramófono» o «gramola»— tenía que sustituir con abrumadora frecuencia las agujas metálicas reproductoras a fin de que «El sitio de Zaragoza» o los tangos de Carlos Gardel no adquiriesen insubsanables sonoridades herrumbrosas. Pese a su considerable diámetro, los discos eran de corta duración; para escuchar íntegra una sinfonía de Brahms se requería la sucesiva y ordenada conjunción de una docena de discos. En tales condiciones, oír música era una actividad poco menos que heroica.

Pero un buen día, por obra y gracia de la técnica americana, apareció el microsuro. El microsuro era liviano, flexible, condensado, irrompible, depositario de inusitadas calidades sonoras; almacenaba más cantidad de música en menos espacio material y la expendía a más recatadas velocidades centrifugas. Las abreviaturas «45 r. p. m.» y «33 1/3 r. p. m.» comenzaron a ser de uso corriente. Por otra parte, la cabeza reproductora del «pick-up» (las palabras «gramófono» y «gramola» pasaron automáticamente a engrosar la trastienda del lenguaje musical) había aligerado su peso, y las agujas de zafiro —descendientes de aquellos acerados aguijones que oxidaban los cornetines castrenses de «El sitio de Zaragoza» y alternaban con ferruginosas crepitaciones la voz del «zorzal criollo»— apenas acariciaban las homeopáticas estrías de los nuevos discos. Los microsuros, conscientes de su superioridad histórica, desterraron las fundas de papel de estraza y se presentaron al consumidor envasados en cartulinas charoladas impresas en «offset» a todo color. Las casas grabadoras garantizaban sin reservas la «ausencia absoluta de ruido de fondo»; al oyente inaugural de microsuros se le ofrecían panoramas acústicos que hasta entonces le habían sido vedados...

La era del disco había comenzado.

### Preludio "camp"

¿Qué fue de Antonio Machín y de Juanito Segarra, de Lucho Gatica y de Lorenzo González, de

Platters y de Los Cinco Latinos, de Elder Barber y de Line Renaud, de los Blue Diamonds y del trío Los Panchos, de Alma Cogan y de Frankie Laine, de Renato Carosone y de Marino Marini?... ¿Qué fue de «Arrivederci Roma» y de «Cerezo rosa», de «Ma petite folle» y de «Only you», de «Tres monedas en la fuente» y del bayón de «Ana», del «Bolerito balear», de la «Rapsodia sueca» y del «Mambo italiano»?... ¿Qué fue del «Hombre de la trompeta dorada» y del órgano que nasalizaba: «Pancho... Pancho López»?... ¿Qué fue de tanto galán? ¿Qué fue de tanta invención como trujeron?...

La prehistoria de nuestra revolución discográfica está marcada por el signo de la sensibilidad «camp». «Hacer énfasis sobre el estilo —señala Susan Sontag, máxima sacerdotisa del «camp», en «Contra la interpretación»— significa prestar escasa atención al contenido o desentenderse de él. La sensibilidad «camp» es, por supuesto, una sensibilidad no comprometida, despolitizada o, por lo menos, apolítica». El fenómeno «camp», que surge en países superdesarrollados como solución estética a una tesitura de agobio hiper-cultural (o si se prefiere: de saturación del consumo cultural), llega de golpe y porrazo a una Es-

paña forzosamente autárquica que realiza sus primeros pinitos diplomáticos para ingresar en la ONU. Es el comienzo de la «apertura hacia el liberalismo»; de una apertura, si se quiere, condicionada por unos principios muy diferentes a los que informaron la conducta de las democracias liberales durante la primera mitad de la década de los cuarenta. La sociedad de consumo, decantado fruto de la sociedad industrial, arriba a las costas de un país pre-capitalista, casi feudal. El patriarcado reconoce con disimulado alborozo que la detentación por parte de la juventud de un cierto poder adquisitivo constituye una especie de controlada emancipación que ataca o deforma los cauces de una emancipación real. Los jóvenes aprenden a comprar. Los jóvenes aprenden a elegir. Los jóvenes pueden optar entre dos novias o dos clases de tabaco o dos microsuros.

El microsuro coadyuva de forma decisiva a la gloriosa invención del guateque. Por primera vez en nuestra historia, una chica «decente» puede entrar por la puerta grande en la casa del padre de un amigo suyo. La casa es, naturalmente, del padre; pero los diez o doce discos de 45 r. p. m. (nadie sabía aún lo que era un «single»),

que contribuyen al ingenuo acercamiento oficial de los sexos, son de los hijos. La década de los cincuenta es la década del guateque. La balbuciente y vigilada revolución sexual se asienta sobre factores de indiscutible nimiedad: el «cup», los emparedados de foie gras y las medias noches de jamón, la moda «saco», la cajetilla de «Bisonte», la dulcisona garganta de Lucho Gatica, el juego del escondite, el tácito consenso social... Entre la juventud masculina española, el fútbol inicia su decadencia; el guateque llena cumplidamente las tardes dominicales. El baile cobra inusitada importancia como factor de comunicación humana; bailar —se dice con picardía— es una excusa para abrazar a una chica, y viceversa; es una época en la que se necesitan «excusas» para casi todo lo que no sea ir a la iglesia o al campo de fútbol. El sandunguero pasodoble y el remilgado vals ceden su supremacía al bolero y al fox lento, ritmos mucho más capaces de provocar situaciones de reprimida intimidad. Los discos no sirven para oír música, sino para efectuar descubrimientos fisiológicos. El disco no es un fin en sí mismo; su valor es meramente instrumental. El abrazo legalizado por la música es una de las primeras e insatisfactorias válvulas de escape de la hispánica represión sexual. La juventud de los años cincuenta desconoce aún la palabra «contestatorio»; es una juventud sexual, política y musicalmente inexperta. Es, sin saberlo ella misma, una juventud esencialmente «camp»: el estilo prevalece sobre el contenido (en esa época comienza a decirse: «Fulanita tiene mucho estilo», y también en misericordioso diminutivo: «Tiene mucho estilito»). Los objetivos primarios de la juventud se cifran en una especie de tontorrón y obsesiva interacción individual:

«Me importas tú, y tú, y tú,  
y nadie más que tú, y tú, y tú...  
Pero me importas tú, y tú, y tú,  
y nadie más que tú!»...

Aquellos jóvenes de los años cincuenta se casaron por la iglesia con alguna de sus parejas de guateque. Hoy son respetables padres de familia; oyen las zarzuelas de Televisión Española y están muy al margen del sonido «underground»...

### El "disc-jockey"

Algunas profesiones —asistente social, jefe de «public relations», «perforista», «programador», «disc-jockey»...— no existían al principio de la década de los cincuenta. En realidad, no eran necesarias. Los modestos engranajes de nuestra sociedad pre-industrial se veían sobradamente atendidos



por oficios de raigambre secular: ultramarineros, notarios, sacristanes, puericultores, bordadoras...

Pero un buen día, un locutor de radio —creo recordar que fue Pepe Palau— se autocalificó de «disc-jockey» y explicó a los atónitos radioyentes en qué consistía su cometido; dicha explicación estuvo saturada de vocablos anglosajones hasta entonces inéditos para las orejas hispánicas: «hit parade», «long-play», «recording», «high fidelity»... El impacto fue tremendo. El «american way of life» sumergía sus tentáculos en la sociedad española: la Infantería de Marina yanqui aniquilaba japoneses en las pantallas de nuestros cines y el general Dwight D. Eisenhower sonreía profilácticamente en las páginas de nuestros periódicos. El «disc-jockey» se presentaba a sus súbditos no como simple crítico de música ligera, sino en calidad de profeta, censor y zahori, y, además, por si todo eso fuera poco, hablaba correctamente del inglés: una vez más la magia del lenguaje esotérico confería carácter sobrehumano a quienes poseían la técnica de dicho lenguaje. El «disc-jockey» pronosticaba éxitos y fracasos, ponderaba méritos y defectos, poseía información foránea y aludía con familiaridad a ciertas exóticas listas de «hits parades» publicadas en la revista americana «Billboard». Al principio, nadie se tomó muy en serio al «disc-jockey»; su inasequible erudición resultaba aún mistagógica para nuestra sensibilidad. Pero poco a poco, solapadamente, el «disc-jockey» se fue imponiendo.

La cuestión nos trae reminiscencias escolásticas: ¿Qué fue primero? ¿El disco o el «disc-jockey»? Ambos —huevo y gallina de la discografía— crecieron y se multiplicaron. Ambos transformaron la música-instrumento en música-objeto. Ambos (como puede comprobarse en el pequeño vocabulario adjunto a este reportaje) dieron ocasión a la formación de un lenguaje específico.

Sin embargo, lo más probable es que ambos —el disco y el «disc-jockey»— no sean sino derivados o productos de un ente superior a ellos: la industria discográfica. El disco nació marcado por el signo de lo efímero (me estoy refiriendo, naturalmente, al disco de música ligera). Como a la rosa de Francisco de Rioja, la edad que le da el cielo es «apenas un breve y veloz vuelo». La perennidad de la industria discográfica se basa precisamente en la producción de bienes perecederos en un plazo más o menos fugaz. Pero no es el disco en cuanto objeto físico, tangible, el que se extingue a corto plazo, sino su vigencia en cuanto objeto estético. La caducidad del gusto induce a la adquisición de «cosas»



En música «pop» se ha de acudir inevitablemente a un punto de referencia: el nacimiento de The Beatles. Antes de los Beatles y después de los Beatles: en esta disyuntiva temporal se encierra toda la historia de la música ligera del siglo XX.

cuyo «valor de cambio» sufre una considerable depreciación mucho antes de que se produzca su aniquilamiento material. Esta especie de «mutabilidad provocada» tiene en el «disc-jockey» a uno de sus principales instrumentos. El «disc-jockey» ayuda al consumidor a «estar al día»; es decir, a acelerar el ritmo del consumo.

### Los caminos triunfales: cara y cruz del disco

En música «pop» se ha de acudir, inevitablemente, a un punto de referencia: el nacimiento de The Beatles. Antes de los Beatles o después de los Beatles: en esta disyuntiva temporal se encierra toda la historia de la música ligera del siglo veinte. Cuando, al comienzo de los años sesenta, los cuatro muchachos de Liverpool lanzaron al comercio su primer disco —creo que se trataba de «She loves you», el universo de la música ligera experimentó una convulsión radical. El tinglado comercial había sido cuidadosamente preparado: no se trataba solamente de editar un nuevo disco, sino de imponer un nuevo estilo. La exuberancia capilar (que hoy nos parecería tímida) de los Beatles, su atuendo entre «cockney» y victoriano, las innovaciones sonoras (voces en falsete, premeditadas e incluso mesuradas disonancias instrumentales y vocales), su ambigua —y no sé hasta qué punto espontánea— postura de rebeldía social... son factores que contribuyeron decisivamente al rápido e incontrovertible éxito del conjunto inglés. Las viejas glorias del disco —Sinatra, Aznavour, Modugno, Presley...— sufrieron una especie de inesperado colapso. El «Liverpool sound» había obtenido el título de «arbitrario musical» para la década de los sesenta.

The Beatles abrieron la veda para la formación de «conjuntos». Proliferan como hongos los epígonos y sub-epígonos de los Beatles. En España nacen, simultáneamente, los primeros grupos musicales «pop» y las primeras «melena» masculinas. La llamada «beatlemania» es el agente catalizador de una auténtica «conjuntomanía». En las clasificaciones carpetovetónicas de los «hits parades» —denominadas con cierta honestidad mercantil «listas de superventas»—, los conjuntos desbancan a los solistas. La precariedad de los productos musicales es el factor que infunde consistencia al negocio discográfico: cada quince o veinte días, una canción destrona a otra en las cimas del «hit parade». Los «disc-jockeys» —ya perfectamente integrados en las nuevas estructuras— pronostican, enjuician, conspíran, censuran, profetizan, glosan,

Bob Dylan. Desconocido en los guateques y marginado de las discotecas, su «revival» se ha visto obstaculizado en España por la perennidad de la música «camp» y ratonera.



En el «hit parade» nacional, el inefable Raphael supera a Bob Dylan.



todo el saber humano  
en su bolsillo

# NUEVA COLECCION

## ¿qué sé?

Cada **martes** un nuevo título sobre un tema completo de Historia, Ciencias, Sociología, Bellas Artes, etc. tratado con absoluto rigor científico y pedagógico.

### ¡SÓLO 50 Ptas.!



Reconozca *¿qué sé?*  
por su recuadro en colores  
en todos los kioscos  
y librerías de España



### LA ENCICLOPEDIA DE BOLSILLO MAS COMPLETA EN LENGUA CASTELLANA

20 **triumfo**

desglosan e incitan al consumo. El veterano Pepe Palau asiste, como un venerable patriarca, al advenimiento de nuevas promociones de pontífices angloparlantes: Tomás Martín Blanco, Rafael Revert, el melifluido Juan María Mantilla, José María Iñigo («master» divino de su generación), Mariano de la Banda (que comparte los honores microfónicos con su hija, la «disc-jockey» más precoz del Planeta; una increíble rapipi de cuatro años llamada «Cuchi-Cuchi»), el «kolsterizado» Luis del Olmo, Carlos Tena, Angel Alvarez... Las listas de «superventas» son el «libro de horas» de la juventud española...

La revolución discográfica —raquítica, de todos modos, si se compara con las acaecidas en países desarrollados— ha beneficiado caprichosa y desigualmente a buenos y a malos. En esta caótica ceremonia de la confusión, las «canciones de verano» —sumo exponente de la ramplonería musical carpetovetónica— desbancan a productos de alta calidad estética. En el «hit parade», el «inephable» Raphael (o lo que es aún más grave: su irrisorio epigono, Valen) supera a Bob Dylan. Mientras triunfan en toda la línea las convencionales asturianas (sidra, vaca, romería, abuelo, mina y cura rural) de Víctor Manuel, el gran público desconoce a John Lee Hooker o a Creedence Clearwater Revival. Pero esto carece de importancia; lo que importa es consumir. Cada nuevo hallazgo sonoro se convierte automáticamente en hallazgo comercial. Da lo mismo vender «blues» que «kasatschok», canciones «pachangueras» que música «underground»... El sonido denominado underground es quizá el fenómeno creativo más trascendente aparecido en el mundo de la música «pop» desde el nacimiento de los Beatles; sin embargo, la música «underground» editada en España —si mal no recuerdo, el primer disco fue un LP grabado por el grupo Iron Butterfly— no ha llegado jamás a situarse en los puestos preferentes del «hit parade» nacional. El sonido «underground» apareció en nuestro país hace poco más de un año; por esas fechas, la cabecera de los «superventas» estaba copada por una pedestre canción veraniega: «María Isabel», de Los Payos.

Los protagonistas efectivos de la industria discográfica afirman, a pies juntillas, que no se venden discos en España. Hablan de la saturación del mercado, de la crisis económica general, del escaso poder adquisitivo de la juventud, del elevado precio de los discos y tocadiscos... Todas estas razones responden, en efecto, a una reali-

dad insoslayable. Según cifras publicadas recientemente en la revista «Mundo» (12-IX-70), un tocadiscos vulgar y corriente cuesta en España 4.712 pesetas; el mismo aparato cuesta 3.797 pesetas en Francia, 3.209 pesetas en Alemania y 2.822 pesetas en Italia. Debe, además, advertirse que estos precios se han fijado en razón exclusiva del cambio monetario, sin tener en cuenta las importantes diferencias de poder adquisitivo existentes entre España y los países citados. Estas diferencias pueden expresarse gráficamente diciendo que, para adquirir un tocadiscos, un obrero español necesita trabajar cien horas, mientras un obrero alemán necesita solamente trabajar veinte horas.

La industria discográfica es —como todas las industrias culturales: editoriales, galerías de arte, cine, teatro...— un tinglado sujeto a irregularidades determinadas por la propia irregularidad de una cultura pobre y fragmentaria. Leer las listas de «hit parade» produce el mismo deprimente desconcierto que leer las listas de los «best sellers» editoriales: ambas reflejan nuestra mediocridad cultural.

Por otra parte, sería poco menos que inútil pretender asentar el fenómeno discográfico español en coincidencias ideológicas o generacionales. No creo que se pueda hablar de una discografía «progresista» y de una discografía «reaccionaria». La pequeña revolución del disco (una revolución con más ruido que nueces) tiene su base en unas estructuras socio-económicas esencialmente contradictorias. «No olvidemos —señalaba inteligentemente un lector de TRIUNFO hace algunas semanas (número 428)— que, paradójicamente, la «pop music» y todo su mundo no pueden vivir sin este sistema y sus contradicciones». ¿Tiene uno derecho a creerse rebelde por el mero hecho de ser admirador de Pete Seeger? ¿Es imprescindible, para ser progresista, poseer discos de Raimon? ¿Puede un intelectual de izquierdas oír canciones de Conchita Piquer? ¿Es un síntoma de «engagement» escuchar a Brassens? La ceremonia de la confusión se celebra no sólo en la heterogénea y ensalada cualitativa —estética— del «hit parade», sino también en el nebuloso potaje de la axiología política. En la inmensa mayoría de los casos, todo producto cultural nacido dentro de un sistema está inexorablemente condenado a la integración. La revolución discográfica es, a fin de cuentas, una forma sibilina de contrarrevolución. De una contrarrevolución, si se quiere, llena, como el infierno, de buenas intenciones.

■ S. R. S.





## Vocabulario de música "pop"

**ALBUM:** Envase que contiene, bajo un mismo título, dos o más discos. Impropiamente, se denomina «álbum» a un solo disco, por lo general «long-play», cuando éste se presenta en una funda provista de abundante material explicativo: fotos, textos...

**ARREGLO:** Una de las tareas más eminentemente profesionales en el campo —excesivamente «amateur»— de la música ligera. Muchos «autores» componen de oído o desconocen las reglas básicas de la armonía; el arreglista transforma esos temas rudimentarios en composiciones más o menos correctamente armonizadas.

**BEAT:** Término anglosajón procedente del verbo «to beat» (golpear, percutir). Ha existido una llamada generación «beat», cuyos principios ideológicos no dejaban de ofrecer un cierto grado de impresión. En música, «beat» es sinónimo de «ritmo». El movimiento «beat» revolucionó, con la aparición de The Beatles, el panorama de la música ligera.

**BLUES:** Forma musical de ritmo lento y sincopado, entroncada en los orígenes del «jazz». No existe, para mi gusto, ninguna definición clara y convincente de este vocablo. De los «blues» del New-Orleans style —cuya estructura sólida comprende tres estrofas de tres versos cantados cada una, estando ligado cada verso a cuatro compases de acompañamiento en acordes— a las formas mucho más libres de un John Mayall o un John Lee Hooker, hay un verdadero abismo. Es preferible renunciar al prurito de definir.

**CANCION COMERCIAL:** Si un autor asegura que él hace «canciones comerciales», tenemos pleno derecho a sospechar que tales canciones son absolutamente «pachangueras». (Véase «Pachanguera».)

**CANCION COMERCIAL, PERO CON CALIDAD:** Los cantantes «pachangueros» suelen avergonzarse de serlo, y por ello afirman: «Sí, es una canción comercial, pero con calidad...». Esta aclaración es normalmente una solemne mentira. O una excusa. O un eufemismo. Los autores de

canciones con calidad y éxito comercial no acostumbran a decir semejantes tonterías.

**CANCION DE PROTESTA:** Término sumamente equívoco. En muchos casos sirve para justificar una ausencia congénita de imaginación musical. En otros, encubre piadosamente la falta de éxito. En algunos, es la tapadera de un esnobismo inoperante. Sólo en muy contadas ocasiones la llamada «canción de protesta» ha alcanzado grados de auténtica validez. Platón, en la «República», decía que la música es muy peligrosa y que debería ser rigurosamente controlada; eso piensan también algunos censores de nuestro tiempo.

**CANCION DE VERANO:** Canción insulsa, pegadiza, facilona (véase «Pachanguera») que consigue obtener el mayor volumen de ventas durante la época estival. No se concibe una canción de verano como Dios manda sin alusiones al sol, a la playa, al bronceado de la piel... (Ejemplos preclaros de canciones de verano: «Cuando calienta el sol», «María Isabel», «Un rayo de sol»...).

**CICLAMATICO:** Véase «Engolético».

**CONJUNTO:** Grupúsculo musical. De diez años a esta parte, los conjuntos han experimentado una desmesurada hipertrofia. Nacen por generación espontánea, se reproducen por trasapso molecular y mueren por consunción o por la incorporación de sus miembros al servicio militar obligatorio. ¿Cuántos conjuntos, entre profesionales y «amateurs», existen en nuestro país? Cualquier intento estadístico sería vano.

**CORTE:** Cada una de las partes que integran la cara de un disco.

**DISC-JOCKEY:** Pontífice máximo de la liturgia discográfica. Para ser «disc-jockey», el único requisito «sine qua non» es saber pronunciar el inglés con acento aparentemente correcto. (En inglés, dicho sea de paso, «jockey» significa «chálán» o «engañabobos».)

**ENGOLETICO:** Acaramelado, foño, cursilón. Se dice, por ejemplo, que Julio Iglesias es profundamente «engolético».

**FANS:** Turbas vociferantes compuestas por menores de edad civil. Cada cantante tiene sus «fans» incondicionales, cuyas demostraciones de adhesión llegan a rozar los límites de la idolatría. Debe hacerse mención especial de los «fans» de Raphael; son, por lo general, hembras paroxísticas, algunas de las cuales han llegado a perder su empleo por ir a Barajas a recibir a su ídolo.

**FANTASMA (Conjunto):** Conjunto formado por miembros de varios conjuntos. Sus componentes permanecen en el anonimato, pues esta forma de actuación supone casi siempre el quebrantamiento de los contratos en exclusiva firmados con las casas grabadoras.

**FOLK:** Literalmente, «pueblo», «gente»... Canción «folk» («folk-song») sería, pues, la genuinamente popular. Pero también este vocablo ha dado lugar a estrepitosas aberraciones. ¿Acaso canta «folk-song» el rephinado Raphael cuando interpreta, con gozosos maullidos, el popular romance de «Los peregrinos»? En vez de «folk-song», ¿no será, por ventura, «fool-song»?...

**GRAMOFONO, GRAMOLA:** Arcaísmos en completo desuso.

**H. F.:** «High fidelity». Alta fidelidad. Calidad que se atribuye indistinta y alegremente a toda clase de microsursos.

**HIT PARADE:** Literalmente podría traducirse por «impacto en las listas». (Véase «Superventas».)

**LP:** «Long-play». Disco de larga duración. No debe decirse jamás: «He comprado un disco de treinta y tres revoluciones», sino: «He comprado un LP». Es mucho más fino.

**MANAGER:** Apoderado, consejero espiritual y entrenador de un cantante o de un conjunto. Sin la aquiescencia de su «manager», un artista «pop» no dirá ni esta boca es mía.

**PACHANGUERA:** Dícese de la canción pegajosa, cretina, trivial, apta para ser interpretada en momentos de euforia por borrachos desafinados y aficionados al canto regional. El término procede de una canción titulada precisamente «La Pachanga».

**PIPA:** Ingeniero de sonido responsable del funcionamiento de los trastos electrónicos (amplificadores, micrófonos...) empleados por los cantantes y conjuntos en sus actuaciones. A veces, el tal ingeniero es un simple aficio-

nado que ha seguido un curso de electricidad por correspondencia.

**POP:** Abreviatura de «popular». A su vez, procede del término «popular art», extrapolación del arte que dio sus primeros pasos en el terreno pictórico sobre todo, en las obras de Lichtenstein y Robert Rauschenberg, creador del «combine-painting». Pero en todos estos casos, lo «popular» no guarda relación alguna con lo «artesanal». Se trata de un nuevo estilo creado primordialmente para el consumo popular.

**REDONDO:** Disco.

**ROCK AND ROLL:** Forma musical cuyos orígenes remotos pueden hallarse en el «jazz» y especialmente en los ritmos rápidos del «ragtime». Gracias a Elvis Presley, Jerry Lee Lewis y Bill Haley, alcanzó considerable auge hace algunos años. Ahora vuelve a conocer una segunda etapa de esplendor.

**ROSQUILLA SONORA:** Disco.

**SINGLE:** Literalmente, «sencillo». Disco de 45 r. p. m.

**SOUL:** Literalmente, «alma». «The soul music» es, pues, la «música del alma». Su definición entraña las mismas dificultades que las del vocablo «blues». Indiquemos que sus mejores intérpretes son de raza negra. Previa renuncia a definir, es aconsejable escuchar a Otis Redding, Aretha Franklin, Wilson Pickett...

**SUPERVENTAS:** Cotizaciones de bolsa del mercado discográfico. Las listas de «superventas» —proporcionadas a los organismos confeccionadores de las mismas (emisoras, revistas) por las tiendas de discos— no suelen coincidir totalmente entre sí.

**TEEN AGERS:** Literalmente, «de edad abrileña». Jovencitas propensas a convertirse en «fans». Antiguamente se las llamaba «tobilleras».

**TODISCOS:** Aparato excesivamente caro para el poder adquisitivo de la juventud española.

**UNDERGROUND:** Literalmente, «subterráneo». Es el más importante fenómeno musical de estos últimos tiempos. En el sonido «underground», la música «pop» llega a rozar ciertos ámbitos de la música de vanguardia (dodecafonismo, música serial...); podría convertirse en una buena síntesis entre la música ligera y la llamada música culta. Sin embargo, hoy por hoy, el sonido «underground» sigue siendo en España bastante «subterráneo». ■ S. R. SANTERBAS.