

# EL POP MAS QUE UNA MUSICA

**E**l «pop» es la música de la juventud urbana de nuestro tiempo. Probablemente ningún hecho cultural de la posguerra ha tenido una difusión tan masiva a escala mundial. La edad ha sido el factor delimitador de toda la audiencia del «pop», ya que éste ha sido creado, ante todo, por y para los jóvenes. En los países anglosajones, el «pop» o el «rock», como últimamente se le viene llamando, se ha convertido en algo mucho más complejo y más profundo que una moda musical; para varias generaciones ha sido una experiencia común, una actitud frente al mundo convencional en que se han desenvuelto. Y tampoco hay que olvidar que el «pop» sigue siendo un gran negocio, una industria que mueve miles de millones.

En los últimos años han aparecido numerosos libros, de manera especial en Inglaterra y Estados Unidos, que, desde diversas perspectivas, han pretendido historiar y analizar el fenómeno «pop». A veces se han recogido en un volumen simplemente artículos ya aparecidos previamente en revistas especializadas; otras veces se le ha encargado a alguien «enterado» que hiciese una historia del «pop». Creo que ninguno de los libros aparecidos hasta el momento tiene la frescura, la fuerza, el poder narrativo y el conocimiento del tema que el lector apreciará en esta «Historia del «pop»», de Nik Cohn (1).

Uno de los grandes aciertos del libro de Nik Cohn es la importancia concedida a la figura del «manager», por un lado como parte integrante y creadora de la imagen del artista, y, por otro, como cerebro organizador y catalizador del inmenso negocio de la industria «pop».

El «manager» de un grupo tiene ante sí el mismo tipo de trabajo que cualquier otro «manager»: la venta del artista y sus canciones, la popularización de una imagen. Y para ello se han empleado las mismas técnicas de venta que para cualquier otro producto. Nik Cohn presta una atención especial a este aspecto y siempre analiza el desarrollo de un artista como una serie completa de factores, entre los cuales el musical es el más importante, pero nunca el único. Los «managers» inteligentes, los que, además de ganar dinero se divierten y les gusta su trabajo, han usado a los artistas como su «alter ego», como una sublimación de su propia personalidad. Recuerda un poco la relación del director de cine y su estrella. Nik Cohn se

siente a veces tan atraído por el «manager» como por el propio artista, como es el caso de Andrew L. Oldham, «manager» de los Rolling Stones. Algunos «managers» de la segunda época del «pop», la iniciada con los Beatles, eran con frecuencia gente joven que no pertenecía al mundo de los negocios del espectáculo y que se metieron en el «pop» por las mismas razones que los demás: porque amaban la música y porque esa era su oportunidad de triunfar y hacerse ricos en poco tiempo.

Al autor se le ha reprochado su sociologismo y cierta ingenuidad, al presentarnos el «pop» como una especie de movimiento de liberación de la juventud oprimida por el colegio, por los padres, por una sociedad madura y autoritaria que no quiere comprender. Pero es evidente que el «pop» es mucho más que un tipo de música y que en los países anglosajones, que son la única base de referencia que usa el autor, el «pop» ha marcado, en cierto modo, a todas las generaciones posteriores a la segunda guerra mundial. Cuando Lennon declara que lo que más ha influido en su vida no han sido sus padres, el colegio o los discursos de los líderes laboristas de turno, sino una película de Elvis que vio en un cine de barrio de Liverpool, es porque, aunque no, por supuesto, en este grado, esa y otras películas similares fueron una experiencia inolvidable para muchos millones de jóvenes.

Que el «rock» es mucho más que una música lo vio muy claro el reverendo McPherson en 1956 —el «pop» sólo estaba empezando—, cuando, con verdadera visión profética, advirtió: «Si nuestros hijos siguen escuchando esa música sexual y salvaje de los negros acabarán por parecerse a ellos; la promiscuidad sexual y la pérdida de respeto a toda autoridad serán la consecuencia inmediata». Pero «esa música sexual y salvaje» no sólo se escuchaba, sino que también se bailaba, siendo así parte activa en ese proceso de degeneración. (A partir del «twist», como recuerda Nik Cohn, se dejó de bailar «agarrado» y el baile se convirtió en pura exhibición sexual. La excepción es Francia, donde todavía no se ha superado el cha-cha-cha.)

Los llamados medios de comunicación social han sido siempre muy conscientes de los peligros que entraña cualquier actitud o declaración de un ídolo del «pop» en un sector tan delicado y tan influenciable como la juventud. Recuérdese el escándalo que armó uno de los Beatles cuando se le ocurrió decir que ellos eran más populares que Jesucristo entre los jóvenes norte-



En escena, la especialidad de Chuck Berry era el paso del pato que consistía en saltar con sus talones a través del escenario, con las rodillas dobladas y la guitarra fuertemente apretada...

(1) «Atropobalobop Alapboom». Una historia de la música «pop». Nik Cohn. Prólogo de Manuel Arroyo. Ed. Nostramo.





Los Stones tenían estilo y presencia y un control real de la situación.

americanos. Por eso los cuidadores de la moral han tenido siempre la obsesión de cortar el pelo y vestir de «smoking» a los cantantes «pop». De lo que se trata es de quitarles todo su carácter agresivo y provocador, de presentarles en la televisión asexuados y dóciles. Cuando el socio de Oldham, «manager» de los Stones, vio actuar al grupo, le gustó mucho, según nos cuenta Nik Cohn; pero dijo que tenían que echar al cantante, porque «no le iba a gustar a la BBC». Ese era precisamente parte del atractivo de los Rolling Stones: que era el grupo más odiado por todos los padres de Inglaterra. Consiguieron que Elvis dejase de mover obscenamente las caderas y que Cliff Richard se pusiera una pajarita para actuar de animador en los programas de televisión los domingos por la tarde. Pero antes de llegar a eso, ni Elvis ni Richard significaban más que su capacidad de ganar dinero ante un público esterilizado y bobo.

Quizá el mayor acierto de Nik Cohn en su enfoque general del mundo «pop» sea la importancia que concede a las actuaciones en directo. Y es que las actuaciones en vivo de un cantante o un grupo de «rock» no son un simple recital de canciones para escuchar sentado en una butaca. En un recital de los Rolling Stones, por ejemplo, hay quienes se limitan a ver bailar a Mick Jagger, que es uno de los espectáculos más excitantes que pueda imaginarse; otros escuchan la música, que no suena nunca igual que en las grabaciones de estudio; otros, en fin, se dedican a bailar. El resultado es el de un espectáculo donde todos participan y todos se divierten. La actuación en directo se convierte así en una mezcla de circo, teatro y festival de baile. Cada artista tiene un número preparado, y lo repite en cada actuación, ante el delirio general. ■

## CHUCK BERRY

**C**HUCK Berry fue posiblemente el mejor *rock*er de todos los tiempos. También es mi letrista de «pop» favorito. Sus letras trataban de interminables romances de *teenagers* y las cantaba con un cinismo vicioso y maligno que le daba todo su encanto.

Su mejor canción fue *You Never Can Tell*, un esfuerzo que resultó aún más emocionante cuando se supo que Chuck había padecido una larga condena por haberse fugado con una menor y cruzado fronteras federales sin el consentimiento de sus padres.

La letra decía así:

*Era una boda teenager y los mayores les deseaban suerte, felicidad.*

*Se veía bien claro que Pierre amaba a la Mademoiselle con todo su corazón.*

*Y ahora el joven señor y la joven señora han hecho repicar para ellos la campana de la Iglesia.*

*C'est la vie, dicen los mayores; os hará aprender que nunca se sabe.*

*Amueblaron un apartamento de dos habitaciones.*

*Ya vivían los dos solos.*

*La nevera estaba repleta de comidas preparadas y ginger ale. Pero cuando Pierre encontró trabajo, el dinerito empezó a cundir.*

*C'est la vie, dicen los mayores; os hará aprender que nunca se sabe.*

*Tenían un buen tocadiscos, chico: lo dejaron reventado.*

*Setecientos disquitos, todo "rock", ritmo y "jazz".*

*Pero al esconderse el Sol, el tiempo de la música acabó.*

*C'est la vie, dicen los mayores; os hará aprender que nunca se sabe.*

*Compraron un Jidney preparado; era un rojo cereza del cincuenta y tres.*

*Lo condujeron hasta Nueva Orleans para celebrar su aniversario.*

*Había sido allí donde Pierre se casó con su adorable Mademoiselle.*

*C'est la vie, dicen los mayores; os hará aprender que nunca se sabe.*

Un discordante piano divagaba en el trasfondo, un gran saxo se arremolinaba y el mismo Chuck entonaba más que cantaba, tan suave y malicioso como siempre, el típico chico inquieto y ambi-

## NIK COHN

cioso de dieciséis años. Dio en el clavo: el mito de los sueños *teen* estaba ahí, en el corazón de todo el «pop», y *You Never Can Tell* lo expresaba con más exactitud, lo evocaba mejor que cualquier otro de los cincuenta mil intentos sobre el mismo tema.

Naturalmente, todo era muy ingenuo y subdesarrollado en comparación con lo que tendría que llegar después, pero Bogart había probado ya treinta años antes que para la masa no se necesita ser muy intelectual para ser grande. De hecho, el serlo es una definitiva desventaja. Lo que se necesita es estilo, fuerza y una imagen específica; esto es, exactamente lo que a Chuck le sobraba. Tal vez pueda decirse que, a fin de cuentas, lo único decisivo son los detalles. Muchos autores «pop» podrían haber escrito *You Never Can Tell* como una serie de tópicos que habrían quedado en nada. Pero Chuck era obsesivo, se había quedado atrapado por los coches, el «rock» y el *ginger ale* y lo tenía que sacar a relucir por todas partes. Era lo principal, los pequeños toques como el *Jidney* 53 color cereza o la nevera.

Chuck nació en California en 1931, pero creció en San Luis y cuando fue algo mayor se hizo peluquero. Por naturaleza era un gran técnico y siempre habría logrado triunfar. El único problema era cómo. Así es que probó suerte cantando, escribió y le fue bien. En 1955 consiguió su primer golpe a escala nacional con *Maybelline*, y desde entonces fue reconocido como número uno.

Como escritor era algo así como un poeta laureado del movimiento «rock». Exponía sus hábitos, sus *hobbies* y sus debilidades, o celebraba sus triunfos, se quejaba de sus limitaciones, nunca olvidaba nada. *Schooldays* describió perfectamente la sensación que tienen los chicos de escuela de pasar toda la vida esperando el sonido de la campana; *Johnny B. Goode*, el eterno guitarrista, creó un nuevo héroe «folk» y *Roll Over Beethoven* debería haber sido adoptado como slogan universal del «rock». Pero quizá lo mejor de todo fuera *Sweet Little Sixteen*. Nada resumió mejor la mezcla de animación y frustración de aquellos momentos.

*Ella, dulce niña de dieciséis años, tiene ya casi medio millón de autógrafos enmarcados.*

*Su cartera está llena de fotografías, las consigue una por una. Qué contenta se pone, mírala, fíjate cómo corre.*

*Ella, dulce niña de dieciséis años, se ha comprado los mísmos "blues" que los mayores, ceñidos vestidos y una barra de labios, lleva zapatos de tacón alto,*

*sí, pero mañana por la mañana tendrá que cambiar su indumentaria,*

*ser la dulce niña de dieciséis años y volver a clase otra vez.*

*Se está haciendo verdadero "rock" en Boston, en Pittsburgh, P. A.,*

*en el profundo corazón de Texas y alrededor de Frisco Bay, por todo San Luis y abajo en Nueva Orleans.*

*Todos los chicos quieren bailar con la dulce niña de dieciséis años.*

Letra aparte, tocaba un maravilloso «blues» de guitarra al estilo de Chicago y cantaba con una voz tan ondulada y aceitosa como su pelo. En escena, su especialidad era el paso del pato, que consistía en saltar con sus talones a través del escenario, con las rodillas dobladas y la guitarra fuertemente apretada contra su vientre. Entonces miraba coquetón por encima del hombro y parecía la mismísima dulce niña de dieciséis años, todo pestañeo y grandes ojos, con la frialdad de un jugador profesional. Un hombre de ojos castaños verdaderamente hermosos. Justo en el momento en que las



## EL POP

cosas le comenzaban a ir francamente bien, cometió el error de fugarse con una menor y le hicieron desaparecer. Cuando volvió, en 1963, el «rock» estaba acabado, pero el «boom» británico del *R & B* le esperaba, y fue proclamado gran héroe del «blues» por los Rolling Stones, que comenzaron tocando, ahí es nada, canciones de Chuck Berry.

Volvió a trabajar y a tener éxito, pero se fue haciendo cada vez más insoportable. Era arrogante, duro. Cuando le apetecía animar el ambiente, podía ser verdaderamente encantador, pero no le gustaba que le molestasen. En realidad, era increíblemente mezquino.

Hay una conocida anécdota de cuando hizo su primera gira por

Inglaterra. Parece ser que todas las noches estudiaba en el periódico de la tarde las fluctuaciones del mercado de divisas, y si había la más mínima desviación a su favor, por pequeña que ésta fuera, pedía su dinero en billetes antes de marcharse. Una noche, este suplemento alcanzó a ser de tres chelines y tres peniques y medio.

Pero todo esto no tiene ninguna importancia cuando se vuelve a escuchar sus discos.

En todo caso, su dureza y su ternura forman parte de su extraño encanto. Cuando hace el paso del pato, cuando coquetea por encima del hombro mientras canta una de sus epopeyas *teen*, se tiene la seguridad de que es uno de los pocos que de verdad cuentan en el «pop».

pero no pude ver nada. Sólo ese sonido estruendoso acercándose lentamente, y también, más tenue, otro sonido de sirena. Esperé un poco, pero todo seguía en calma. La calle continuaba vacía.

Por fin, después de unos cinco minutos, apareció un coche por la esquina, una brillante *limousine*, seguida por coches de Policía, por policías a pie y en motocicletas, seguidos a su vez por varios cientos de jovencitas que emitían continuamente un ruido agudo y penetrante mientras sus pies retumbaban sobre el asfalto. Corrían como locas, con el pelo sobre los ojos, y alargaban los brazos como implorando algo mientras corrían. Estaban desesperadas.

El coche avanzaba por la calle hacia donde yo estaba y paró delante de la entrada a los camerinos del Odeón. La Policía formó cordones. Entonces se abrió la puerta del coche y salieron los Rolling Stones, los cinco, con su *manager*, Andrew Oldham. No parecían reales. El pelo les llegaba por debajo de los hombros, vestidos con todos los colores imagi-

nables, parecían los seres más viles y perversos que pueda imaginarse. En aquella calle gris brillaban como dioses del Sol. No parecían humanos, eran como criaturas de otro planeta, imposibles de alcanzar o entender, pero exóticos y bellísimos en su fealdad.

Avanzaron hacia la puerta... y eso era lo que las chicas habían estado esperando, era su oportunidad; empezaron a agitarse, a gritar, a apretujarse. Pero de pronto se quedaron quietas, como heladas. Los Stones miraron fijamente hacia adelante sin hacer el mínimo gesto: las chicas se quedaron boquiabiertas. Casi como si los Stones fueran intocables, como si estuviesen protegidos por un círculo invisible de metal. De pronto empezaron a andar y desaparecieron. Las chicas se quedaron lánguidas, tranquilas. Después de unos segundos, algunas empezaron a llorar.

Los Stones, si no otra cosa, tenían estilo y presencia, y un control real de la situación. Son mi grupo favorito. Siempre lo han sido. ■

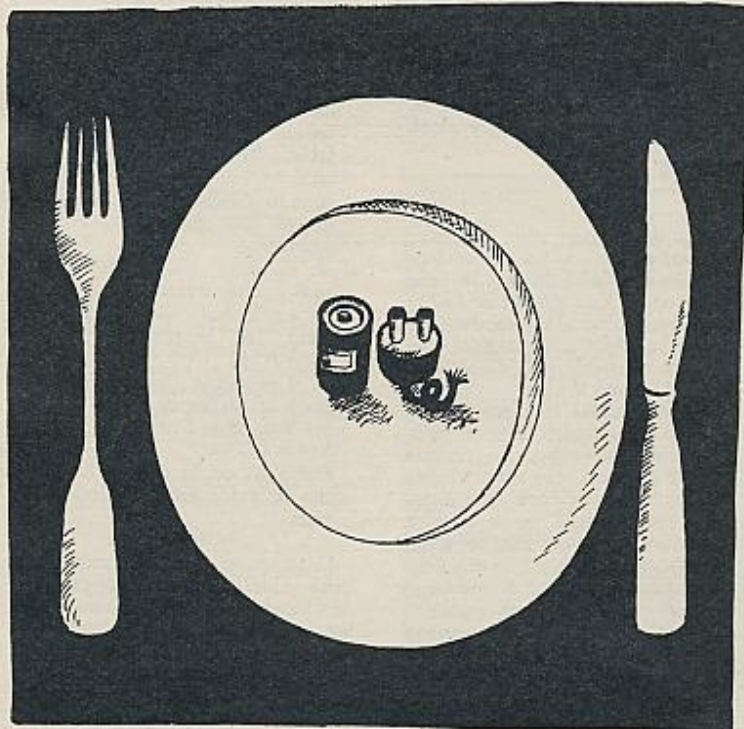
## LOS ROLLING STONES

Cierta vez en Liverpool, a principios de 1965, estaba sentado en un *pub*, justo enfrente del cine

Odeón, cuando de pronto escuché un sonido como de trueno.

Sali del local y miré alrededor,

## Sony... y la rigurosa alimentación



Todos los aparatos Sony, han sido pensados para hacerle más agradable la vida.

Los Televisores, Magnetófonos, Radiotransistores, equipos Hi-Fi, Cassettes y Radiocassettes que fabrica Sony, lo demuestran en todo el mundo.

Y por si los maravillosos diseños Sony, la alta perfección técnica y la calidad en imagen y sonido le parecieran pocas ventajas, Sony ha cuidado al máximo su alimentación.

Sony tiene una dieta distinta para cada aparato y todos están a régimen de pilas, corriente o batería.

Por eso Sony tiene tan buena línea.

# SONY

Hispano Sony S.A. Conde Borrell, 209 - Barcelona.  
Red de Asistencia Técnica en toda España ( Península, Baleares y Canarias )