

# Hacia una teoría del pop



JUAN CARLOS FERNÁNDEZ SERRATO

# Hacia una teoría del pop

CÁTEDRA *+media*

Directora de la colección: Pilar Carrera

1.ª edición, 2023

Ilustración de cubierta: © Riki Blanco

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.



© Juan Carlos Fernández Serrato, 2023  
© Ediciones Cátedra (Grupo Anaya, S. A.), 2023  
Valentín Beato, 21. 28037 Madrid  
Depósito legal: M. 3.670-2023  
I.S.B.N.: 978-84-376-4590-2

*Printed in Spain*

## Nota preliminar

Presentamos en las páginas que siguen una síntesis, no exenta de crítica, de la corriente central en la interpretación académica de los géneros musicales que se han ido desarrollando a partir del nacimiento del *rock and roll* norteamericano en la década de 1950, de sus posteriores mutaciones anglosajonas y de su globalización, ya imparable, a finales de la de 1960.

Sin embargo, aunque se procura dejar establecidos los puntos fundamentales de la articulación del relato dominante acerca de lo que suponen las músicas pop como fenómeno sociocultural en nuestro presente histórico, este relato dista mucho de haber conseguido sus objetivos de anudar todos los cabos sueltos. El más notable es el del consenso conseguido por inercia, en cierto modo impuesto por la teoría anglosajona, acerca de que el pop es la «cultura popular» de las sociedades contemporáneas, algo que, como mínimo, merece la pena examinar con un poco más de detalle. Resaltar esos cabos sueltos nos ha parecido necesario, puesto que, si bien la bibliografía sobre culturas pop es ya más que abundante, aún no se ha llegado a una

teoría unificada que explique estos fenómenos más allá de su origen y desarrollo en la industria cultural norteamericana, de ahí nuestro título *Hacia una teoría del pop*; la que está por venir.

En nuestro intento hemos querido aunar el rigor académico con una escritura ensayística y brevedad en la extensión (como es preceptivo en la colección *Cátedra+media* que, generosamente, da cobijo a este trabajo), intentando que puedan acercarse al libro lectores no especializados e incluso aquellos jóvenes aficionados al pop que inician sus lecturas como apasionados de una música que, en algunos casos, puede que esté empezando a ser la banda sonora de sus vidas. No rehuimos la polémica, de hecho pretendemos provocarla, conscientes de que en el pensamiento social el debate es no solo fundamental, sino imprescindible, y de que en estas páginas hemos elegido inclinarnos hacia una «teoría implicada». De los aciertos habrá que dar las gracias a Jenaro Talens y Antonio Méndez Rubio, de quienes aprendí a pensar sobre la música pop; los desaciertos, que ojalá no sean demasiados, los asumo como únicamente propios.

Casi para terminar, una recomendación importante: el número de artistas y discos que se citan en este ensayo para algunos lectores puede ser quizá elevado, de sobra conocidos para unos, un obstáculo para otros. Era inevitable una dimensión histórica para poder anclar las reflexiones teóricas; se comprenderá mejor lo que planteamos si se acompaña la lectura con la música de la que se habla sonando en unos altavoces. Todas las referencias citadas pueden

escucharse en cualquiera de las plataformas de distribución gratuita de internet y vídeos no faltan tampoco en la red, son muy fáciles de encontrar y puede suponer un aliciente para el lector ir curioseando de vez en cuando. En algún caso muy particular, nos ha parecido imprescindible facilitar en nota al pie un enlace para poder ver y escuchar algún asunto que se comenta en el cuerpo del texto. Nos hubiera gustado hacer un libro que «sonara», pero, por el momento, no ha sido posible. Habrá que dejarlo para otra ocasión.

Finalmente, ya sí, quede aquí expreso el reconocimiento agradecido para nuestra prensa musical. Periodistas como Diego A. Manrique, Jesús Ordovás, Oriol Llopis, Ignacio Juliá, Jaime Gonzalo, Rafa Cervera o Víctor Lenore (por citar solo a algunos de los que han sido fundamentales en la formación de los gustos musicales y/o en el planteamiento de los problemas que nos interesa estudiar; la lista de justicia sería interminable) son quienes más y mejor han escrito acerca del pop en nuestro país y, en no pocas ocasiones, con más agudeza que los teóricos culturales. La escritura de urgencia periodística se aúna en ellos con un conocimiento vívido y «vivido» de la historia del pop que ha dado lugar a una producción escrita y a una labor en la radio o en la televisión que aguarda, pensamos, una valoración social más acorde a sus logros.





## De qué hablamos cuando hablamos de música pop

Todo el mundo sabe identificar una canción pop en cuanto la oye por primera vez, sin embargo, cuando intentamos explicar qué es exactamente, cuál es su forma canónica, cuáles sus variantes y, especialmente, en qué se diferencia de otras formas de expresión musical, empiezan las complicaciones.

A menudo, música pop se considera un sinónimo de música «popular» contemporánea, espacio de creación estética opuesto por cuestiones formales, desarrollo histórico y rasgos sociológicos a la denominada música «cult». Esta diferenciación, aunque no sea esa la intención de quienes la usan hoy en el estudio de las músicas pop, se basa en la vieja división clasista del mundo anterior a la Revolución Industrial entre alta y baja cultura: la primera representa la expresión de la identidad social de las clases subalternas, constituye el folklore y se estructura a partir de la tradición no escrita; la segunda corresponde a la de las clases altas o consideradas «cultivadas» y se organiza en torno a la tradición libresca y, en su dimensión estética, constituye el arte. La Revolución Industrial traería consigo el desarrollo de los

*mass media* y, con ellos, y la paulatina extensión de la educación a las clases populares, la aparición de un nivel «medio» de la cultura, que ejercería, en cuanto industria cultural (Adorno y Horkheimer, 1998 [1944]), como espacio de divulgación simplificada de la alta cultura entre las masas, brindaría a la sociedad productos asimilables de comercialización amplia (la fórmula de resúmenes abreviados de lectura rápida y sencilla del *Reader's Digest* podría ser un buen ejemplo extensible a todas las producciones de este nivel), al tiempo que produciría unos saberes y géneros estéticos propios, considerados como «inferiores», pero alejados de los patrones de la tradición folklórica popular por su carácter esencialmente urbano y moderno, es decir, innovador, mediado por la tecnología y las leyes del comercio y desligado de la tradición. Sin embargo, ya a mediados de la década de los sesenta Umberto Eco, en su célebre *Apocalípticos e integrados* (1990 [1965]), advertía que los tres niveles en los que se venían clasificando las producciones culturales (alta, media y baja cultura) ya no se correspondían con una «nivelación clasista» (Eco, 1990: 70) y que, en términos generales, los productos de los *mass media* «sensibilizan al hombre contemporáneo en su enfrentamiento con el mundo» (Eco, 1990: 64), en suma, todos estamos hoy integrados en la cultura de masas, incluidos los críticos apocalípticos que la consideran la antítesis de la cultura.

En lo que se refiere a la música pop (industria nacida de esa esfera *massmediática*), resulta evidente que todos la experimentamos como parte de nuestra vida cotidiana, nos

afecta inevitablemente, en diferente grado y cantidad, sea cual sea nuestra condición social, e influye en la manera en que entendemos el mundo. Hoy el disfrute del pop como producto musical no se circunscribe a una clase determinada, ni tampoco a un grado de formación cultural específico: la música pop, a estas alturas del siglo XXI, es una lógica cultural transversal a las agrupaciones sociales que puedan distinguirse por condiciones económicas, sociales, culturales, ideológicas, políticas, geográficas o de cualquier otra naturaleza. Nadie está al margen de la música pop, la manera en la que nos relacionemos con ella puede cambiar, y de hecho cambia, de unos a otros, pero es imposible no relacionarnos con ella, es «la cuestión musical de nuestro tiempo». ¿Eso quiere decir también que debe ser entendida como la música popular contemporánea?

Una posibilidad es considerarla en términos de consumo: desde ahí sí puede decirse que, de manera general y en todos sus géneros y estilos, la música pop es «popular». Pero si empleamos esa denominación e identificamos lo popular con todo lo que es consumido de forma masiva, borramos también con ello cualquier relación del hecho cultural con la clase, el grupo social, la tradición, la historia estética o cualesquiera otros factores diversos de identidad implicados en la producción, el disfrute y la consideración social de la música como hecho cultural<sup>1</sup>, lo que no es

---

<sup>1</sup> Conviene repasar a este respecto el ensayo de Jean Baudrillard, *A la sombra de las mayorías silenciosas* (1978), sostenido sobre la idea de que el concepto de «masa», al menos en la sociedad contemporánea, no tiene

posible si incardinamos el pop en la genealogía de las múltiples manifestaciones de las culturas populares a lo largo de su larguísima historia. Ello supone, además, reducir la noción de «popular» a un factor comercial, a una lógica meramente estadística: el consumo masivo formaliza el gusto de la mayoría, *ergo* la música que escucha, baila o disfruta la mayoría debe ser considerada «popular». La confusión entre el resultado del consumo, el gusto social que genera y el origen productivo de las obras comercialmente «populares» nos hace creer que esa música que se consume masivamente y no otra es «la música del pueblo», sin ni siquiera pararnos a pensar qué es hoy, en la sociedad de las mayorías, «el pueblo», qué sujetos sociales pueden llamarse «pueblo» y cuáles otros no, en qué se diferencia ese «pueblo» del resto de los grupos sociales e incluso si acaso sigue existiendo el «pueblo» en la sociedad de las *multitudes* (Hardt y Negri, 2004).

La otra posibilidad de entender lo popular en los ámbitos que estudiamos tiene que ver con el hecho de considerar los géneros musicales como parte del acervo cultural nacional; así, denominar a las músicas pop como populares es considerar que son formas de la expresión estética de una identidad de país y ese es el sentido, en convergencia

---

otra entidad que la construida por medio de la agregación numérica de individuos que forma un espacio de «mayorías», atravesado por los flujos políticos, económicos y culturales; mayorías que se mueven impulsadas por estos flujos, pero que no son, al fin y al cabo, más que una magnitud numérica sin una identidad social definida.

también con la relación de origen de los géneros con grupos sociales determinados, que suele aplicar, de manera implícita, la mayor parte de la crítica cultural y la etnomusicología anglosajona. El problema es que si esto puede ser más o menos sostenido respecto de las músicas campesinas blancas o afronorteamericanas (aunque con el consecuente conflicto que provoca rastrear sus orígenes genéticos en músicas folklóricas europeas, africanas o caribeñas), de las músicas urbanas de la industria comercial masiva anteriores al triunfo del *rock and roll* (también con influencias de modelos no estrictamente norteamericanos) y del *jazz* (que en su evolución llega a una expresión musical muy distinta de todo lo conocido anteriormente, claramente distinguible en el *be bop* y en los estilos que suelen englobarse dentro de la etiqueta de *modern jazz*), resulta más que confuso considerar música nacional a todo lo que viene tras el triunfo mundial del Elvis Presley, The Beatles y la globalización de las músicas que generó la cultura juvenil a partir de la década de 1960. A menos, claro, que consideremos la extensión de las músicas pop como un efecto del imperalismo cultural y económico norteamericano, o, por el contrario, del concepto más ajustado de «americanismo», entendido no como una identidad nacional, sino como una proyección cultural de la sociedad de masas, por su universalidad, ajena hoy ya a toda limitación conceptual de las ideologías nacionalistas construidas por el pensamiento idealista romántico. Así lo ha planteado respecto a la música pop Wlad Godzich en su artículo «*Souvenirs, souvenirs: memorias de un no-rockero*» (1999):

Para mí, la diglosia de los Beatles, que hablaban inglés pero cantaban en norteamericano, era el signo visible de la distinción entre EE.UU. y América. El rock que venía de Inglaterra no era rock inglés, ni tampoco rock norteamericano, pero sí rock «americano», como lo serían los varios «rocks» que surgieron en los años setenta: australiano, canadiense, sueco, alemán, japonés o filipino. En su fondo el rock es «americano», en el sentido de que es la expresión cultural del americanismo. En los EE.UU. solo nació por contingencia histórica (Godzich, 1999: 118-119).

Godzich, siguiendo a Antonio Gramsci, que lo había teorizado hacia la década de 1920<sup>2</sup>, define el *americanismo* como un modo de producción nuevo, basado en el *fordismo*, que subsumía en los procesos económicos de producción, mercado y consumo todas las otras dimensiones de la estructura social, muy especialmente la política y la cultural, cuyos efectos fueron una política subordinada a los intereses de las élites económicas y una cultura al servicio del comercio. Esto desarrolló el fenómeno de la desproletarización de los trabajadores industriales norteamericanos y la emergencia de las clases medias, así como de la cultura de masas, diseñada desde los medios de comunicación para crear primero nuevos mercados culturales y satisfacer después las crecientes demandas de consumo, con

---

<sup>2</sup> Pueden leerse sus reflexiones al respecto en el vol. I de los *Cuadernos de la cárcel*, editados por el Instituto Gramsci en 1975 (trad. esp.: México, Era, 1981).

la consiguiente estandarización de los productos culturales y la homogeneización de los valores sociales transmitidos por ellos, la *hegemonía cultural*, que, a juicio de Gramsci, genera un «hombre gregario».

La música que corresponde a este hombre gregario es la que se produce en principio desde las industrias culturales, que no pretenden en ningún momento vender «arte» (aunque sí productos estéticos), sino entretenimiento. Jacques Attali, en *Ruidos: Ensayo sobre la economía política de la música* (1995 [1977]), intentaba definir este modelo de producción y consumo musical en los siguientes términos:

Aunque concierne a todas las categorías sociales y a todos los mercados específicos, la música en serie es ante todo un proceso de canalización de la infancia en la forma nueva de la economía repetitiva.

[...]

La vida soñada es una «vida pop», refugio fuera de las grandes máquinas incontrolables, ratificación de una diferencia individual y de una impotencia colectiva para cambiar el mundo. La música de la repetición se vuelve a la vez una relación y un medio de colmar la ausencia de sentido del mundo. Crea un sistema de valores a-político, a-conflictual, idealizado. El niño aprende allí su oficio de consumidor, pues la selección y la compra de la música son sus actividades principales. Podemos decir incluso que ahí está su trabajo, su participación en la producción; mundo al revés en el que el niño produce el consumo de música, y la industria pro-

duce la demanda de música; la producción de una oferta y, junto con ella, los músicos se vuelven secundarios (Attali, 1995: 163-164).

Tras los cambios que se producen en la industria musical y en la creatividad pop desde aproximadamente 1966, habrá que matizar el riguroso juicio de Attali, pero, por ahora, bástenos para concluir que la música pop, tal como se configuró a partir del binomio Elvis-Beatles y de su mundialización, puede ser una proyección cultural del *americanismo*, tan cegadoramente banal como plantea Attali o tan claramente identitaria como la sintieron los jóvenes anglosajones de los años cincuenta y sesenta, pero en absoluto la música popular nacional de los Estados Unidos, aunque su génesis se encuentre en la comercialización industrializada de impulsos estéticos del folklore norteamericano transformados por el negocio de la estandarización de sonidos de fácil escucha y la creación de modas comerciales.

Por otra parte, la relación de producción / gusto estético nunca es simétrica: el disfrute de una determinada obra, incluso de todo un discurso estético, no significa que la producción textual de base y el producto al que se accede a través de la puesta en acción de un determinado «gusto» coincidan en términos de identidades sociales. Quienes producen y quienes disfrutan de la obra acabada no siempre están situados en el mismo espacio social.

La música pop no es un todo homogéneo, se presenta más bien como un universo de sentidos estéticos en expan-



sión a partir de un *big-bang* convencionalmente localizado en la explosión comercial del *rock and roll* norteamericano a mediados de la década de 1950. Su fragmentación en una enorme cantidad (siempre creciendo, siempre mutando) de géneros y/o estilos ha planteado graves problemas de clasificación que siguen sin resolverse.

Franco Fabbri (1981) quiso aclarar la cuestión desde una perspectiva sincrónica y fundamentalmente sociosemiótica, estableciendo unas reglas para la clasificación estable de los géneros de la música popular contemporánea (incluyendo el pop dentro del espectro musical más amplio y bastante indefinido de la música popular). Para Fabbri (1981: 52), un género musical es «un conjunto de eventos musicales (reales o posibles) cuyo desarrollo se rige por un conjunto de normas socialmente establecidas»<sup>3</sup>. Los diferentes tipos de normas que establece Fabbri son las siguientes: 1) formales y técnicas; 2) semióticas, es decir, relativas a las textualizaciones concretas de acuerdo con el cumplimiento de funciones comunicativas específicas; 3) de comportamiento o ligadas a las formas de percepción psicológica y/o ritualización de la recepción de las formas musicales; 4) sociales e ideológicas, relativas al papel que cumplen los géneros musicales en cuanto instituciones sociales; 5) económicas y jurídicas, en relación a cómo circulan dentro de los flujos comerciales los géneros musicales y a la manera en que pueden o no estar considerados o regulados por la ley.

---

<sup>3</sup> «A musical genre is a set of musical events (real or possible) whose course is governed by a definite set of socially accepted rules».