

La balada y su exaltación del amor

Federico Medina Cano



Ana María Medina Sánchez



Resumen

La industria cultural explora el plano de los sentimientos y la intimidad para ofrecerlo como bien de consumo masivo. Uno de los productos más promocionados es la canción en sus diferentes géneros. La balada es uno de los productos más difundidos a mediados del siglo XX. Es un fenómeno de masas que además de darle forma a un lenguaje con unos códigos formales y una poética propia, modela una sensibilidad que marca una época. La balada le propone al público joven una nueva manera de sentir y expresar el sentimiento amoroso, la condición de género y la experiencia del cuerpo (del goce y del placer). Este artículo se ocupará de los ejes temáticos de la balada, y en la parte final, de lo que representa en el imaginario de masas la figura del cantante, el mito vivo que toma forma con sus apariciones y presentaciones en público.

Palabras clave: canción de consumo, balada, mito, cultura del espectáculo, sentimiento amoroso, relaciones de pareja.

Abstract

The cultural industry explores the plane of feelings and intimacy to offer it as a good for mass consumption. One of the most promoted products is the song in its different genres. The ballad is one of the most diffused products in the mid-twentieth century. It is a mass phenomenon that besides giving shape to a language with formal codes and its own poetics, models a sensitivity to define an era. The Ballad offers the young audience a new way to feel and express the feeling of love, the gender condition and the experiences of the body (the enjoyment and pleasure). This article will deal with some of the principal themes of the ballad, and at the end, what the figure of the singer represents in the imaginary of the masses, the living myth that takes shape with its appearances and public presentations.

Keywords: consumption song, ballad, myth, culture of spectacle, loving feeling, relationships.

La música es un referente importante en el mundo de la cultura contemporánea. Con el desarrollo de las tecnologías de grabación la música ha impregnado todos los espacios de la vida cotidiana y es para el hombre actual la compañera en muchas de sus actividades, en momentos y tiempos muy diversos¹. No hay un tiempo preciso para escucharla, ni un lugar óptimo, como tampoco está pensada solamente para un momento o como parte de una actividad. El hombre siempre está disponible para ella: acordes y melodías llenan los períodos de ocio y de inactividad, como los momentos en que trabaja o está ocupado. La puede escuchar en la soledad de la alcoba o mientras trabaja, en el automóvil cuando viaja de un sitio a otro, o a altas horas de la noche como un activador de sueño. Se puede escuchar con audífonos en una burbuja sonora que no incluye a los otros o con ayuda de algunos recursos tecnológicos que la amplifican y permiten que se pueda compartir con otros sujetos.

No demanda de un estado único de conciencia, no es excluyente, ni es un sustituto de la palabra: quien la oye puede permanecer en reposo, bailar o interactuar con otros (es un medio importante de socialización). Es frecuente que en el deambular por los espacios públicos (ascensores, aeropuertos, parques, lineales del supermercado, pasillos o servicios sanitarios, los cajeros electrónicos, el transporte público, por ejemplo) el transeúnte la sienta como un elemento que forma parte del ambiente, del paisaje de sonidos que es propio de cada lugar. Es la música de fondo que fue incorporada en estos para hacerle más fácil la permanencia y generar en quien se mueve por ellos un sentimiento de plenitud. Y en algunas situaciones, ciertas melodías, como los aromas o los olores propios de cada lugar, pueden evocar en quienes las escuchan, recuerdos, emociones o pasiones profundas, o pueden regresarlo a la infancia o llenarlo de nostalgia. La música tiene este poder: puede remitir al hombre a momentos anteriores, a su pasado más remoto o activar su memoria. Además, la música le facilita a quien la escucha, la posibilidad de aislarse del entorno, anular transitoriamente su contacto con lo real y no sentir las presiones de la razón.

No tiene fronteras, es una actividad y una estética que atraviesa todas las clases sociales. No marca las diferencias sociales existentes, ni ayuda a construir las barreras que separan los grupos o las comunidades.

1 "La música ha ido filtrándose tan ampliamente en nuestras vidas que pronto será un gran mar en el que la existencia navegue... en la actualidad la música producida, la que explícitamente se adquiere o se descarga, acaba revelándose como el flujo general de nuestra era" (Verdú, 2011, p.89).

La música pone en manos de públicos muy diversos la creación, el poder de improvisar y la lúdica verbal, la expresión corporal (la mímica, los gestos y los movimientos), el juego de apariencias y la escenificación (la canción de consumo tiene un componente muy alto de dramatización y de teatralización del sentimiento).

Además es un objeto de consumo y una mercancía que se vende a todos los públicos y se produce industrialmente: los medios de comunicación han encontrado en esta un filón importante de ingresos. Con la promoción de melodías y cantantes, de estilos y ritmos, los medios de comunicación han diseñado toda una estrategia para crear formas de reconocimiento colectivo o de identidad de grupo, y para ofrecer un universo de experiencias comunes. La canción de consumo es parte de la industria cultural y de la dinámica de los medios de masas, es uno de los productos que más se promueve y comercializa en la programación habitual de las estaciones de radio, los canales de televisión o las páginas de internet. Es uno de los dispositivos con los cuales los medios de comunicación construyen sueños y fantasías colectivas, con el que le dan forma a un imaginario, a una simbología, a un corpus de situaciones ideales que ofrecen para el consumo de los diferentes públicos.

No es solo el fenómeno generado por la canción o su intérprete, es un conjunto de productos de muy variada forma y presentación, es la sumatoria de una serie de actividades o acontecimientos con dinámicas y lenguajes diferentes. En su producción reúne los conciertos en vivo (en estadios, teatros, discotecas o sitios exclusivos), el diseño y grabación de los videos musicales, la constitución de grupos de admiradores o de fans, la creación de estaciones radiofónicas (juvenil y de moda), de canales de televisión por cable o de páginas en internet, la venta de CD, de prendas y accesorios que identifican el clan de admiradores o el estilo de vida (representado en los textos de las canciones o en la forma y la composición armónica), la suscripción a revistas de farándula, hasta la producción y promoción de programas de concurso (que buscan los mejores imitadores) o de seriados o telenovelas que tienen como tema la vida del cantante, la música o la letra de las canciones.

Es un fenómeno de marca que se promueve en diferentes medios. El intérprete, el concierto, la melodía, la carátula del disco o el CD son imágenes de marca que compiten en el mercado y se mantienen como un fenómeno de recordación entre los diferentes nichos y públicos.

La balada y la glorificación del amor

Los géneros musicales son muy variados. Se diferencian por su temática, melodía y rítmica. Aunque la posibilidad de consumo es múltiple, usualmente cada uno tiene un nicho de consumidores, un grupo humano que lo disfruta, lo canta o lo baila. Unos son tradicionales, otros traen aires de innovación y de cambio. Unos se ubican en el ámbito privado, en el mundo íntimo creado por la pareja, y otros, en el espacio público. Unos se ocupan de las complicidades y secretos de la relación amorosa, otros de temas urbanos (de la vida y la dinámica de las ciudades, de las problemáticas que son propias de las grandes metrópolis) y activan una experiencia masiva o la euforia de las multitudes.

La balada es una de las formas musicales más difundidas en los países de habla hispana. Es un género dentro de la música de consumo ya convencional que no lo acompaña ningún aire de renovación, pero es el primer peldaño que llevó al gran público al encuentro de la modernidad. Lo trasladó de la mano de sus sentimientos y anhelos al encuentro de una percepción más allá de las fronteras del territorio nacional o de lo latinoamericano, a una visión del mundo con pretensiones de universalidad y de actualidad.

Su temática no ha sido siempre la misma. Es un género que se ha renovado con los cambios que se han producido en la sociedad, con los nuevos valores y la forma como se han modificado los roles del hombre y la mujer, con el ocaso del machismo y la idea de igualdad que agita la mente de la mujer en todos los espacios de su vida pública y privada. Aunque los cambios que ha sufrido la balada son varios, la podemos situar entre dos extremos distantes: del romanticismo más convencional ha pasado a plantear un erotismo sin medidas en el que se han modificado los roles tradicionales de la relación de pareja y la mujer ha asumido la voz dominante. De la idealización de la relación ha dado un cambio hacia su opuesto, al plano del deseo y del disfrute del cuerpo, a la búsqueda del placer: "siempre queda un ángulo, un rincón inédito,/ que conduce al éxtasis en el cuerpo a cuerpo". Se ha trasladado de una relación de pareja monogámica (en la que se glorificaba el matrimonio y su eterna legitimidad) a una relación en la que aparecen otros sujetos (hombre o mujer) y se acepta la participación de un tercero (del amante) que viene a rejuvenecer la relación después del paso de los años y el triunfo de la rutina o a provocar la crisis en la vida "apacible" de la pareja. La encontramos entre dos extremos: en el culto al amor, a los sentimientos

desprovistos de cualquier materialidad (en el que se afirma una relación convencional y machista en la cual el papel dominante lo asume el hombre y la mujer solo le resta el dejarse admirar), y en la erotización de la relación en la que el cuerpo y el goce ("sin descansar jamás, sin desfallecer") son los factores predominantes, y la relación es válida por la intensidad y el riesgo que los acompaña².

Después de su comienzo adolescente, del canto a la felicidad y a la belleza de las gentes ("la felicidad, ja, ja, ja, ja, me la dio tu amor...La gente en las calles parece más bella,/ todo es diferente gracias al amor"), a la juventud que llega como la primavera con todas sus luces y colores, la balada pasó a ser la expresión de un corazón que se desnuda, abre su interior y deja sus entrañas sangrantes a la contemplación piadosa de los extraños. Pero la movilidad que acompañó su temática la llevó del altar interior, del reclinatorio y del templo donde se rendía culto al amor, a la alcoba, al lecho como un campo de batalla donde cada uno, hombre y mujer, describen sus estrategias, sus "deberes y derechos", o comparan sus experiencias, y en un paralelo hacen una exaltación de lo vivido: "Amanecer con él/ a mi costado no es igual que estar contigo... blanco como el yogurt/ sin ese toro que tu llevas en el pecho,/ fragilidad de flor, /nada que ver con mi perverso favorito./ Sin tus uñas arañándome la espalda,/ sin tus manos que me estrujan todo cambia,/ sin tu lengua envenenando mi garganta,/ sin tus dientes que torturan y endulzan yo no siento nada" (Alejandra Guzmán). Es un viaje del santuario, del recinto cerrado del hogar a los lugares clandestinos, a los espacios más recónditos y escondidos que encierra la ciudad. Son dos extremos: en el primer momento se reniega de la carne y del lastre de la materia que impide el vuelo de los sentimientos, en el segundo, se afirma el goce, el "cuerpo a cuerpo" y nos enfrenta a una intimidad contradictoria que confunde el amor con la pasión. En un extremo encontramos a un hombre (Rafael) que monologa suplicando de rodillas, en un estado de arrobamiento y de entrega mística, y en el otro encontramos al hombre y a la mujer (Pimpinella) que someten a juicio su relación, y que, en un conjunto de reproches y acusaciones mutuas, ven renacer la llama del amor de las cenizas, como el ave fénix.

La balada no está hecha para el punteo rococó de la guitarra, para llenar las noches con aires de serenata (como se puede apreciar con las voces travesti y el

2 "Deja la luz encendida/ quiero mirarte desnuda/ ahora no hay ninguna prisa y te amare/ de punta a punta/ palmo a palmo, beso a beso/ así...como imaginaba/ los dos en silencio/ enredados en la cama"

concierto de gargantas del bolero). No es una música de recintos cerrados y exclusivos, del silencio de la noche o de las reuniones íntimas, para escuchar a través de las cortinas y a escondidas; es una música de grandes multitudes, de luces, colores y altavoces, del rito *massmediático* del espectáculo y de la admiración a gritos del intérprete. Es una música en la que se llegan a explorar formas de la voz no conocidas (Amanda Miguel), se capitalizan los logros de la música sinfónica, se busca en el cuerpo y sus contorsiones, el compás de la melodía, y se busca la medida perfecta de la voz dulce (Julio Iglesias³) a veces sin estragar. No siendo una heredera directa del bolero toma en sus manos la bandera de lucha que este traía: la glorificación del amor y la condición heroica del amante. No está rodeada del sello de tragedia que acompaña al bolero, la balada exalta el valor de la aventura, el espíritu de entrega, la voluntad de servicio en una nueva corte de caballeros urbanizados y de ciudadanos.

El tema de la balada en sus primeros momentos es obsesivamente (hasta el cansancio) el AMOR, el amor-pasión. Es un género musical que remite al oyente al espacio privado en el que se inscribe el diálogo íntimo de las relaciones de pareja (De la Peza, 1996, p. 43). No tiene como tema el amor ocasional o la relación transitoria y fugaz. Es el "gran amor", el amor que llena toda la vida y que aparece como la causa última, como la razón de ser o el principio que a todo le da sentido. El amor es la verdad de la vida, la suprema aspiración: cuando el amor llega toda la vida cambia, todo es esperanza y alegría. Es una ilusión, pero a pesar de ser un sueño es la búsqueda a través de él, de la plenitud de la felicidad individual. Es la defensa de la utopía individual. Detrás de este amor convencionalmente idealizado, del amor imposible por definición, del amor "angélico" sin nada de vida corporal, encontramos la puesta en escena de una utopía. Esta utopía resuelve la distancia entre la "realidad y el deseo", las contradicciones del amor, la dificultad de comunicación entre los seres humanos, la fijeza de los sentimientos.

El amor es un sentimiento que al radicalizarse se convierte en algo absolutamente necesario y sin el cual no existe la posibilidad de vivir. El hombre depende totalmente de la mujer amada: "cuando tú no estás

3 Julio Iglesias se ha convertido en una potencia publicitaria... se ha cubierto de un cierto rocío de risas en que su sonrisa blanca en los mares del sur (con vestales que bailan el hula-hula al fondo con caderas que imitan el mar: ola y ola) ha bordeado el camp y kitsch para caer en el Pacífico de la voz que arrulla como palmeras que cantan en la brisa breve de Hawái... ha sabido, eso sí, traducir las letras de sus canciones en versiones que tienen la dudosa distinción fonética de lo bilingüe (Cabrera, 1985)

no tengo nada". La ausencia de la mujer amada es la pérdida de la identidad, del equilibrio interior y la posibilidad de la locura (el yo se disocia y entra en una pérdida progresiva del centro): "Nada soy sin Laura... nada soy sin su amor". Es un amor limpio, sin otras intenciones más allá que la entrega espiritual. Es el encuentro de dos almas en las cuales no entra la materia. El cuerpo rompe los sentimientos puros: la carnalidad es opuesta al amor, los deseos son rastreros y pasajeros, son envilecedores y hacen que el fuego del amor se apague. Son indignos, son concretos e inmediatos; el amor, por oposición, es enaltecedor, trascendente y absoluto.

En la balada, el amor se concreta, pero con ello no pierde su condición abstracta. Cada canción relata una situación individual que por su condición de experiencia arquetípica (es una experiencia típica) puede ser compartida o aplicable a múltiples situaciones y permite la identificación o la adecuación a la experiencia personal. No es una vivencia única de quien la canta, ni tiene una intensidad que no se acerca a lo que el común de las personas experimentan; es un drama interior que tiene la propiedad de ser de la "talla" de todo el público.

Los asuntos de los que parten las canciones son generales: son, por ejemplo, los reproches a la inconstancia femenina, los malentendidos, la discusión entre enamorados y la reconciliación, la falsedad femenina o su frialdad, las súplicas y los desvelos, los temores y ansiedades, etc.

Los principios del corazón son opuestos a los principios que animan la vida diaria. En el mundo del amor no existen las presiones de la vida práctica (el mundo de lo práctico es incompatible con los sentimientos intensos), ni las demandas del mundo del trabajo. El comer, el dormir, el descansar, las rutinas diarias que ocupan la mayor parte del tiempo no existen en el mundo del enamorado: no tienen la intensidad ni la dignidad requerida, ni son compatibles con el amor. La vida física se interrumpe cuando el hombre comienza a depender de sus sentimientos y a vivir (tiene en sus manos la eternidad) de la fuerza del amor. Lo trascendente lo arroba, lo atrae hacia su centro y lo arrastra hacia otro tiempo y espacio. Es el mundo de la irresponsabilidad absoluta, de la entrega al goce platónico del amor o a la vida intensa (la vida diaria es monótona y repetida), de la exaltación del ánimo y de los anhelos sublimes.

La idealización de la mujer amada es tan absoluta que alcanza con facilidad la condición de lo indeterminado.

Sus cualidades particulares no se mencionan, o en el relato que hace de ella no se concretizan. Muy poco se habla del cuerpo de la mujer o de sus rasgos físicos: se evitan los detalles individualizadores y se describe un ser casi genérico, en el que caben todas las mujeres posibles. No importa su altura, su raza, su figura, el color de su pelo, ni su forma, la tonalidad de la piel, ni las formas particulares del rostro. Es un ideal del que cualquier mujer puede participar sin importar sus rasgos físicos, su condición social, su temperamento, ni su edad.

Hay muy poca referencia al mundo exterior, o la realidad circundante. La naturaleza es un significante más que expresa los sentimientos y experimenta los cambios de ánimo del protagonista: está triste o apesadumbrada, está alegre, es cálida como la amada o es indiferente, es huraña o amable. Es un interlocutor que comprende muy bien el estado de ánimo del protagonista, y con su silencio calma en parte sus ansias. Tiene propiedades humanas, y como la mujer amada "habla" no con palabras sino con el lenguaje intuitivo de los sentimientos, con el código cifrado de las alusiones o las sugerencias. Tiene personalidad y marcha, como su sombra, a la espalda del ser amado; es el doble de la "naturaleza" femenina, es incierta e indomable, es profunda e insondable, es incoherente, está llena de sorpresas y es imposible poseerla en su totalidad. La naturaleza como totalidad es el camino, que lleno de acertijos, conduce, "invita" o "empuja" hacia el ser amado: "Todo, todo me sabe a ti. / Todo, todo me lleva a ti, / el aire, la noche, el vino, todo... mis pasos, las calles, la gente, todo"

Es frecuente también el empleo de símbolos y contrastes elementales, de analogías ya codificadas: el otoño es triste, la primavera es alegre, el día es vida, el invierno es muerte, etc. La naturaleza es el entorno más inmediato que el sujeto contempla, al que dirige sus miradas luego de observar el ser amado en su trascendencia. El sujeto exaltado por el sentimiento que lo acompaña agudiza su sensibilidad y percibe formas, colores, sonidos, sabores u olores más allá de lo que normalmente haría una persona: "la lluvia en el vidrio", "el sonido del viento". La naturaleza es el entorno que en su dinámica le permite a quien canta establecer analogías para entender la dinámica de la relación amorosa o la dimensión social del amor: "que sería del árbol que nace/ si no hubiera lluvia, / si no hubiera sol".

La realidad única es el amor, pero también lo es su antítesis, el desengaño inevitable después del amor, la derrota, la ruptura y la falta del ser amado. La traición

es un ingrediente habitual en la relación aunque se pretenda negar: "yo no quiero un amor compartido que me clave un puñal por la espalda". Es el principio estético que anima la balada. El mundo es el resultado de una lucha de contrarios: el amor y el desamor. Las posibilidades del amante se reducen a dos alternativas: "amar o morir". El amor es un principio metafísico, es "el alma de todo". La muerte es la entrega de la vida, es la ausencia de ser, el dejarse a la deriva y perder el deseo de vivir y la seguridad personal; es la respuesta al desamor: "que sería de mí sin amor/ no, no, no podría vivir ni un instante/ no podría calmar mi dolor" ("Si no estás conmigo/ nada importa/ El vivir sin verte es morir"). Pero paradójicamente el desamor no es la caída al vacío, ni la pérdida irreparable. La ruptura y el dolor de la partida son "un camino angosto", "un camino de espinas" que **dignifica**, como en la tragedia griega, al que lo recorre. Ante el dolor puede nacer el optimismo: "más dicha que dolor hay en el mundo". O el sujeto puede afirmarse a sí mismo exhibiendo como un galardón su tristeza, mostrando a los demás su fracaso como su gloria: "mi tristeza es mía y nada más/...no quiero consuelo, no, no, no voy a llorar/ Mi tristeza es mía y nada más." Además frente al "otro", aunque no encuentra en el ser amado un testimonio directo de su fidelidad, puede exhibir con orgullo el recuerdo de los momentos felices. La huella dejada en la memoria del ser amado es algo que lo reconforta y lo llena de seguridad; el recuerdo grato de los momentos compartidos mantiene vivo el pasado y el fuego del afecto ("no hay quien me borre de tu memoria" o "dile que solo en mis brazos sueñas con verte mujer").

La "letra" de las canciones aspira a permanecer en la memoria y formar parte del repertorio poético o de los referentes literarios del público. Sus pretensiones son claramente literarias. Las letras de las canciones se distribuyen en una serie de publicaciones especializadas. Los cancioneros difunden de una manera compacta la producción del cantante (a veces los discos o el CD en su interior o en uno de los lados de la "carátula" también lo hacen) y la acompañan con información sobre la vida del intérprete (seguida de fotografías en los trajes y posturas más diversas, llegando incluso a los formas más imaginativas y pictóricas. Las fotografías son casi documentos con las que se puede armar la historia del personaje) sobre sus amores y éxitos, sus viajes por todo el mundo (es el hombre de mundo, el ser universal del siglo XIX, el aventurero de la modernidad), sobre sus películas o videos. Además en algunas de estas publicaciones, como un complemento, se visualizan los temas más conocidos a la manera de una fotonovela.

Muchos intérpretes escriben sus propias canciones, pero algunos cantan los "temas" compuestos por otros que muchas veces por no tener las condiciones que se requieren para cantar en público no son intérpretes. Existen las dos actividades ya especializadas: la del cantante o la del cantautor y la del autor. En algunas ocasiones cuando los temas compuestos por un autor son éxitos este "salta" y se atreve a cantar sus temas aunque la calidad de su voz (o su figura pública) no sea la misma que la del cantante, pero es de tal calidad literaria, sentimental o social el contenido de sus canciones, que cualquier falla se le perdona.

La rima en la balada obedece a esquemas repetidos y aprobados por el uso. No busca innovar con el verso libre o construir estructuras formales sin rima. Aunque históricamente construye una poética de uso masivo, no constituye en sí mismo un movimiento poético con proyección histórica y con una renovación de los códigos estéticos vigentes. Sus metáforas son predecibles, son obvias: no hay ningún propósito subversivo en la construcción de sus imágenes o analogías. Por ejemplo, como remates de sus estrofas son frecuentes las repeticiones y estribillos formados por frases comunes, por axiomas validados por el sentido común (a veces acuden a refranes), que cobran fuerza expresiva en el contexto sentimental en el que se insertan: "qué me importa que piensen de mí los que no me conocen/... si lo más importante es vivir", "toco madera", "el zorro pierde el pelo nunca las mañas", "entre la espada y la pared", "hay que probar las verdes y las maduras", "cualquier lugar está lejos", "después de la tempestad brilla más el sol".

En la estructura de balada hay un elemento notorio: el nombre de la mujer amada. Son nombres simples y comunes que están en el texto no por la fuerza poética que encarnan sino por una razón estructural más intensa: porque cumplen una función sanadora. Como un elemento de un ceremonial íntimo se repite obsesivamente a través del texto cuantas veces sea necesario para exorcizar la ausencia ("nada soy sin Laura, sin Laura, sin Laura... nada soy sin su amor"). Este recurso forma parte de un ceremonial neurótico: el nombre de la mujer amada posee propiedades excepcionales, tiene fuerza mágica. Es un talismán que puede alejar el dolor y llamar a voces la felicidad que ha huido o le ha sido adversa.

El cantante: un mito vivo

La televisión es laica y democratista, pero tiene, además, fuertes elementos de anclaje mítico.

Repara la ausencia de dioses en este mundo, a través de un Olimpo de ídolos descartables, efímeros pero fuertes como semihéroes mientras posean la cualidad aurática que la televisión les proporciona. Frente a la aridez de un mundo desencantado la televisión trae una fantasía a la medida de la vida cotidiana (Sarilo, 1994, p.88).

De este mundo de seres excepcionales forman parte los cantantes y los personajes del mundo del espectáculo.

Los cantantes, además de brillar por su voz y sus temas, son vedettes (la vedette es un fenómeno colectivo de objetivación del otro), son seres para ser vistos y admirados por todos. En ellos convergen todas las miradas, los medios de comunicación los exponen como parte de su labor informativa. Son creadores de la moda y del estilo elegante en el vestir (o su antítesis. Su condición se lo permite), del "buen gusto", de los modelos de belleza o de perfección física: forman parte del grupo social que tiene glamour y lo exhibe ostentosamente. Están siempre a la vanguardia, son modelos de creación y de cambio, y en algunos casos, mantienen un aire de nobleza, que con los años, adquiere más prestigio y buqué. Como ejemplo de vida exhortan a sus seguidores a recorrer el camino del éxito, a sentir como una posibilidad real y cercana, la vida de la fama y el renombre social.

Como los personajes del mundo del espectáculo poseen una "cultura" o una educación refinada: han "cultivado" su personalidad más allá de los fines prácticos o de la búsqueda "vulgar" de la utilidad. Forman parte de una sociedad ociosa, que disfruta del tiempo libre, de su libertad, y dedican parte de su actividad a cultivar su sensibilidad, a establecer relaciones sociales (a moverse por las altas esferas, de evento en evento, atrapados por el vértigo de una actividad que no se detiene, que no tiene pausa). Es común verlos cómo exhiben su rebeldía, su amor por la aventura, su avidez existencial sobre una coreografía compuesta por carros deportivos, motocicletas de alto cilindraje, luces multicolores y avisos luminosos de las zonas nocturnas y festivas de las capitales de los países desarrollados. Son signos ostentosos de la modernidad. Aparecen como dueños supremos de sus apetitos y de sus deseos (no se sienten presionados por un deber ser que en su vida cotidiana y profesional les pesa como un lastre y los limita).

Son seres que viven para consolar a los que sufren: son voces que le ayudan al público a soñar. Son seres ejemplares: para el público masivo son modelos, un paradigma de los logros afectivos o de la asimilación

del dolor y de la forma de combatir la desesperanza⁴. Son un **yo** que afirma su experiencia única frente a los demás que le rodean. Son **mitos vivos** que han poetizado sus vivencias o las de otros. Esta cualidad los diferencia del común de los hombres: tienen la posibilidad de emplear las palabras en su forma más digna y sublime, de sintonizarlas con secuencias musicales que las hacen más expresivas, y de rebasar el plano de lo trivial del uso de la lengua. Son seres que en la palabra han logrado la trascendencia, han alcanzado la altura de "los dioses" y le han dado "altura" a sus sentimientos. No son solamente seres que dan testimonio de su dolor y del desamor que padecen. Al lado de esta imagen doliente encontramos la imagen fabricada por el mundo del espectáculo, de seres plenos y completos. Son hombres de mundo, son seres privilegiados por su destino excepcional. Son seres que por lo diferente de su ocupación no parecen padecer los conflictos de la vida diaria. Son seres siempre disponibles, hombres libres que no desperdician la oportunidad que la vida le ofrece.

Aunque quieren aparecer como seres normales⁵, son seres que en todo momento afirman su condición de ser diferentes. Pueden asumir muchos rostros o personalidades. Pueden ser, por ejemplo, seres sin edad, poseedores de una juventud eterna, o jóvenes aislados, tímidos, sin experiencias, en conflicto permanente con sus padres o sus mayores (y el estado de cosas reinante), o seres incomprendidos. Pueden asumir la máscara de un ser extraño, un ser atípico o notoriamente asocial, de un ser irrespetuoso que exhibe su conducta sin preocuparse por las normas o los valores, sin pedir permiso o guardar los principios que regulan la vida social. Pueden vestir la imagen de un hombre maduro pero joven, un ser que por la vida que le ha tocado asumir, ha limado sus reacciones o ha afinado sus sentimientos (es el adulto con cara de niño o de adolescente). Puede ponerse el disfraz del enigma o del ser sin pasado o sin futuro, del ser atormentado que se niega a vivir, que arrastra su vida con un dolor infinito. Pero todas estas máscaras son complemento

4 Los medios informan, reflejan, expresan la experiencia, la percepción del mundo. "En nuestros medios, el mundo se representa día tras día. Y nosotros, su audiencia, actuamos junto con él, como actores y participantes, remediando y apropiándonos de sus verdades y falsedades, y reflexionando sobre ellas" (Silverstone, 2004, p.118). De este universo informativo forman parte las noticias de farándula y del mundo del espectáculo con sus modelos y arquetipos.

5 "La televisión presenta a las estrellas y al público de las estrellas navegando en el mismo flujo cultural. Esta comunidad de sentidos refuerza un imaginario igualitarista y, al mismo tiempo, paternalista" (Sarilo, 1994, p.83).

de su actividad como cantantes, son parte del espectáculo musical, las asumen como roles transitorios o efímeros que alternan con la alegría y el frenesí de la puesta en escena, del mundo de la fiesta y de su contexto rodeado de armonías y de color.

Referencias

- Cabrera, G. (1985, enero 20). Julio Iglesias visto por Cabrera Infante. *Lecturas Dominicales. El Tiempo*, 15-16.
- Castillo, R. (1999). *Fenomenología del bolero*. Caracas: Monte Ávila.
- Charles, M. (1989). Los medios de comunicación en la constitución de la cultura de los jóvenes. *Diálogos de la Comunicación*, 25.
- De la Peza, M. (1996). La especificidad de la canción de amor como poesía oral y espectáculo en vivo. *Comunicación y Sociedad*, 27, 141-160.
- Lipovetsky, G. (1996). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Monsiváis, C. (1981). Instituciones: Juan Gabriel. En *Escenas de pudor y liviandad* (pp. 265-283). México D.F.: Era.
- (1984). La agonía interminable de la canción romántica. *Comunicación y sociedad*, 12, 21-39.
- (1988). Raphael en dos tiempos y una posdata. En *Días de guardar* (pp.45-64). México D.F.: Era.
- Odina, M. y Halevi, G. (1998). *El factor fama*. Barcelona: Anagrama.
- Pagano, C. (1989). El bolero en Colombia. Un viejo amor. *Revista Universidad Nacional*, 20, 37-48.
- Sarlo, B. (1994). *Escenas de la vida posmoderna*. Buenos Aires: Ariel
- Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu.
- Vergara, C. (1996). Construcción de lo público y lo privado en la música popular masiva. *Alteridades*, 6 (11), 43-52.
- Verdú, V. (2011). *La ausencia*. Madrid: La Esfera de los Libros.