

Sonidos olvidados

“Hay marimbas que treman lejanas y la pampa se vuelve inmortal”

Así describe el poeta Aníbal Reni en 'Pampa' la belleza del paisaje guanacasteco, con tal precisión que al leer esos versos llega al cerebro el sonido trémulo de la marimba. Me refiero a cerebros que conocen y reconocen ese bello sonido, porque nadie es capaz de recordar lo que no conoce, lo que no ha fijado en su memoria con algún especial interés.

Sucede con los jóvenes que habitan el área metropolitana de Costa Rica que desde hace varias décadas vienen oyendo sonidos sintetizados, vale decir, producidos por equipos electrónicos. El aporte de la tecnología a la música es tan grande que una buena parte de las grabaciones actuales se logran sin la participación de instrumentos acústicos ni voces humanas.

La marimba, de la cual nos vamos a ocupar por un momento, se escucha a diario solamente en Guanacaste y, de vez en cuando, en espectáculos folclóricos dirigidos al turismo. Ya no se oye por radio, ya no se ve en las fiestas de pueblo donde dos, tres o cuatro marimberos (o marimbistas, como se les llama actualmente) pasaban horas llenando de alegría a los transeúntes con cancioncillas alegres. Hoy en día, las fiestas populares son una mezcla indefinible donde abundan costumbres ajenas como el karaoke o los concursos de rancheras, comidas típicas de otros países (pupusas y chop suey) o competencias de monta al mejor estilo de los cowboys, sombrero tejano incluido. La marimba ya no forma parte de esa fiesta y está relegada a un rincón de Costa Rica que lucha por mantener sus tradiciones, como lo es el pueblo guanacasteco, especialmente en la ciudad de Santa Cruz.

La marimba es un instrumento de origen africano, que se ha extendido desde México hacia el sur, sobre todo en Centroamérica, donde ha encontrado su máxima utilización, a tal punto que

la música folclórica de Guatemala, Nicaragua y Costa Rica se reconoce principalmente por el sonido peculiar de este instrumento, que se puede describir así: “... *láminas de madera de distinta longitud, con resonadores afinados colocados en la parte inferior, sostenido todo en un marco. Se golpea con palos de tambor y es, en realidad, un superxilófono lo suficientemente grande como para que intervengan cuatro tañedores.*”

” Scholes (1973:743)

Si bien en Guanacaste se hacen notables esfuerzos por salvaguardar la tradición de tocar marimba con talleres, escuelas y fábricas, no ocurre lo mismo en el valle central, salvo pocas excepciones como la Escuela República de Panamá, en la que un esforzado profesor, al integrar en sus clases el estudio de la marimba provocó tanto entusiasmo en niños y niñas que formaron una 'marimba - orquesta' con excelentes resultados.

Buen ejemplo para encender la esperanza de que estos sonidos, que forman parte de nuestro arraigo cultural, vibren de nuevo entre la juventud. Esto será posible con el convencimiento general de incrementar el gusto por lo nuestro y hacérselo entender a los jóvenes, por medio de técnicas probadas, tanto de docencia como de persuasión masiva.

Un proyecto nacional

Motivado por la visita que pude realizar a los estudiantes del Liceo de San Antonio ([ver el artículo Juventud sin Música Tradicional](#)

)

y los resultados de esa observación, quiero proponer algunos pasos que pueden ayudar a despertar entre la juventud el gusto y el disfrute de nuestra música tradicional, su análisis y su conocimiento. Aunque esta propuesta se inclina evidentemente por la música, involucra elementos que conforman la identidad cultural de una nación; costumbres, lenguaje, comidas, juegos, vestidos, etc.

Se trata de incrementar el interés por conocer y practicar las características que nos identifican como pueblo soberano, aquello que nos distingue y nos enorgullece. Elementos comunes que podemos mostrar con dignidad, sin temor a ser estereotipados por los demás habitantes del planeta.

Podemos resumirlo en tres grandes temas:

1- Acción interdisciplinaria

Involucrar a todos los sectores que intervienen en la educación costarricense podría convertir los esfuerzos aislados en un proyecto nacional. Hacer una labor de convencimiento en las instituciones educativas y culturales, así como en la empresa privada y organismos no gubernamentales, para despertar la necesidad de ampliar el bagaje cultural de nuestros niños y jóvenes, de manera que sus conocimientos básicos incluyan el acercamiento a la música tradicional.

Se debe diseñar planes, asignar recursos, plantear fines y objetivos claros que permitan en un plazo determinado impregnar en la juventud el deleite por las obras costarricenses.

Actualmente se viene generando una corriente de aprecio entre la juventud por las producciones musicales nacionales, si bien es algo digno de destacar, la mayoría estas producciones están fundadas en ritmos foráneos, en estilos importados y no poseen, un sonido que las caracterice como música costarricense. La razón es que toda producción nacional se rige por los intereses de un mercado acaparado por la influencia extranjera. Al hablar de mercado estamos ante la necesidad de los artistas de vender su arte y recuperar sus inversiones en tiempo y dinero. Es obvio que en la situación actual, la música tradicional no ofrece un mercado rentable, esto justifica que nuestros artistas procuren ajustarse a lo que el público consume. De ahí que el convencimiento debe ser generalizado a todos los sectores y haya que intentar crear ese interés en cada institución, en cada persona, en cada empresa, para poder abrir un mercado en el que se pueda invertir, componer, recopilar, producir y por supuesto, obtener beneficios de esas actividades.

2- Legalización

Uno de los sectores primordiales a los que debe enfocarse el proyecto es el legislativo, pues aunque las leyes no siempre se cumplen, el apoyo legal sustenta la consecución de recursos, da carácter oficial y brinda autoridad al momento de hacer cumplir los objetivos.

Un proyecto de ley podría tener algunas de estas indicaciones:

a- Promover la difusión de música tradicional costarricense en todos medios de comunicación y

establecer horarios. (Recordemos que el gobierno es dueño de las frecuencias de radio y televisión, por lo tanto tiene la potestad de exigir a los concesionarios el cumplimiento de las leyes de radio.)

b- Instaurar en el sistema educativo el estudio, análisis e interpretación de música costarricense. Esto se hace actualmente, pero se limita a cantar himnos alusivos en fechas importantes.

c- Motivar la producción de música local con un festival nacional en el que los creadores den a conocer sus obras. Dar reconocimiento a las mejores obras con premios, grabaciones, publicaciones y publicidad.

d- Incluir un Premio Especial para la creación de música tradicional en el programa de Premios Nacionales del Ministerio de Cultura.

e- Planificar una campaña publicitaria en la que intervienen los ministerios de educación, de cultura y de planificación, universidades, municipalidades, organismos no gubernamentales y empresa privada.

3- Campaña de convencimiento general

Sabemos que la publicidad es uno de los factores que más incide en el comportamiento humano. *“Está diseñada para convencer a una persona de que compre un producto, para apoyar una causa, (...) toda publicidad tiene dos hilos comunes: un fundamento de mercadotecnia y comunicación persuasiva.”* Kleppner (1988:23)

Con buenos recursos y apoyo general se puede diseñar una campaña de persuasión, dirigida a la niñez y la adolescencia, con el objetivo de lograr en ellos una actitud de identificación con la música tradicional, que borre de su mente el sentimiento de rechazo que tiene en la actualidad.

Algunas reflexiones finales

A los jóvenes les gusta la música tradicional, veamos ejemplos; en España se baila 'por sevillanas' en todas las discotecas de última moda, en Colombia los jóvenes mantienen a Juanes y Carlos Vives con sus vallenatos en los primeros lugares de popularidad desde hace varios años.

En Puerto Rico se baila salsa y merengue en cada rincón de la isla. Muchos de los intérpretes mexicanos más reconocidos por la juventud (Alejandro Fernández, Lucero, Luis Miguel, Paulina Rubio y más) han grabado al menos un disco de rancheras y han alcanzado ventas millonarias que, indudablemente, generan ingresos importantes a su nación.

Países como República Dominicana captan dinero por millones con la exportación de sus merengues en las voces de Juan Luis Guerra o Wilfrido Vargas. Argentina exporta tangos al Japón y al mundo entero con intérpretes y bailarines jóvenes.

Costa Rica debe despertar la riqueza dormida que tiene su música tradicional. Enseñarla con ahínco a sus hijos, mostrarla con orgullo al extranjero, elaborarla con la dedicación y el cuidado que merece un producto de exportación. La música costarricense puede alcanzar muchos niveles. Tiene la belleza del paisaje tico y la apreciada sencillez de su gente, tiene el talento nacional que está muy bien capacitado para producir, tiene también un mercado potencial en diversos tipos de público, en fin, lo necesario para elevar un vuelo que alcance destinos insospechados. ¡Hay que hacerlo!