

De la Música Popular A la Música-Empresa

Por Samuel Claro Valdés

En una información periodística reciente nos enteramos de que un empresario norteamericano "ruoga" a Los Beatles que se reúnan nuevamente, aunque sea por un día, para demostrar al mundo "que los hombres pueden acercarse". También considera este empresario que Los Beatles han significado un símbolo de esperanza para el futuro y que han hecho del mundo "un lugar más feliz" para poder vivir. Con estas consignas, a las cuales agrega que desea para sus seis hijos una solución para el "caos que nosotros mismos hemos creado", este empresario disfraza un pingüe negocio con la utilización humanitaria del afamado conjunto.

Si analizamos desde otro punto de vista esta pintoresca noticia, no podemos menos que reconocer, junto con el empresario, que Los Beatles se han destacado en la música popular por su calidad, por su trascendencia y por el genio de algunas de sus composiciones,

que han alcanzado resonancia mundial y que han instaurado un nuevo estilo, con influencia en millones de jóvenes. En cierto modo, los Beatles equivalen a los antiguos trovadores medievales, que cantaban sobre su pueblo, sobre el amor, en contra de las injusticias y de las guerras, que se expresaron con elementos parecidos y que lo hicieron con calidad. Es aquí donde el conjunto de los Beatles adquiere relevancia y prueba que cuando hay calidad, toda música adquiere la categoría de tal.

Sin embargo, cuando hay tantos miles de dólares y tanto afán publicitario en esta empresa, ello obedece a otra razón. El destacado investigador chileno Manuel Dannemann dice que "la música popular es comúnmente objeto de empresas comerciales que controlan a autores, intérpretes, canales comunicativos y, por ende, a un numeroso público, con intenciones muy claras de

lucro económico. De ahí que, en la mayoría de los casos, se pretende divulgar, en desmedro de la calidad artística, fórmulas rítmico-melódicas de inmediata penetración y de retención colectiva, por medio de cantantes lanzados a la fama debido a una desenfrenada publicidad, cuyos nombres se convierten en rótulos que producen una jubilosa aceptación, sin que importen, a menudo, sus condiciones vocales y su sensibilidad. Por estos motivos, continúa Dannemann, la mayor parte de la música popular tiene un existir muy transitorio o meramente fugaz, y a las mismas empresas comerciales que las promueven no les resulta beneficioso perpetuar intérpretes y canciones, a lo largo de un espacio ininterrumpido de tiempo, ya que uno de sus resortes es jugar con la apetencia de novedad que domina al grueso público".

El mundo de la música popular está tan sumergido en el terreno empresarial y el ne-

gocio, como apunta acertadamente el profesor Dannemann, que sería interesante saber si una eventual reaparición de Los Beatles reviviría el impacto musical que produjo en los años de su creación y si éste tendría la pureza artística de entonces. También quedaría por averiguar hasta qué punto los imitadores mediocres de Los Beatles han logrado, en estos años, rebajar el gusto musical de la humanidad.

La mayor reserva que cabe respecto a la propaganda que ha levantado un empresario norteamericano en torno a Los Beatles nace del comentario que se le atribuye a uno de estos populares cantantes: "Me gustaría —dijo— esperar un poco a ver si mejora la oferta". Verdaderamente la música popular ha dejado de ser tal, para entrar de lleno al terreno comercial de la música-empresa. Por algo figura actualmente en el cuarto lugar del mundo de los negocios.

COMERCIAL. SANTIAGO. 21-XI-1976. P.11

De la Música Popular a la Música-Empresa [artículo]

Libros y documentos

AUTORÍA

Claro Valdés, Samuel

FECHA DE PUBLICACIÓN

1976

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

De la Música Popular a la Música-Empresa [artículo]

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile