

COLEGIO: "Hermanos de La Salle"

ACTIVIDADES EDUCACIÓN ARTÍSTICA-MÚSICA

PROFESORA: BELTRAMO, VIRGINIA

CURSO: 2º año - secundaria - recuperación

1. LEER EL APUNTE DADO.
2. RESUMIR LAS IDEAS Y CONCEPTOS PRINCIPALES
3. REALIZAR LAS ACTIVIDAD N º 69 DEL APUNTE.

Los aeros son grabaciones en distintos soportes (casete, CD, minidisc, dat, etcétera), en donde se muestra el tipo de música que el grupo o cantante hacen, a partir de algunos temas representativos de su música.



La comercialización de la música

Cuando un cantante o grupo tiene éxito y sus interpretaciones son cantadas por todos, se dice que pertenece a la música popular. Sin embargo, no debe confundirse lo popular con lo masivo.

La **música popular**, como otras manifestaciones culturales, es aquella que surge de la gente espontáneamente: los grupos de adolescentes que se juntan simplemente para hacer música, los guitarreadas y las peñas, el baile en reuniones barriales o familiares, las composiciones que surgen para decir las propias vivencias, sentimientos, pensamientos o costumbres.

La **música masiva**, en cambio, es el resultado de una venta exitosa por parte de las empresas discográficas.

La **música popular** aparece como resultado de la vida cotidiana del pueblo, del intercambio y los sentimientos espontáneos de una comunidad. En cambio:

La **música comercial** o masiva surge con la intención de vender, por encargo de las discográficas, adulterando incluso el propio mensaje original de un grupo.

Muchos grupos que hacían rock en Argentina antes de 1982, componían sus propias letras y músicas con la intención de "decir cosas" relacionadas con nuestra historia. Sin embargo, las empresas discográficas escuchaban sus demos y los inducían a grabar otros temas en inglés, desconociendo sus composiciones, con la excusa de "si no se canta en inglés, no es vendible". ¿Por qué creés que se daba esta situación? ¿Qué "ganaban" estas empresas al transformar a los intérpretes en voceros de una música extranjera? ¿De dónde provenían los capitales de estas discográficas?

Actividad

68

Una película que relata esta situación es *Tango Feroz*, la *leyenda de Tanguito* (de Marcelo Piñeyro, Buenos Aires, 1993).

- 1- ¿Cuáles eran las concesiones de algunos rockeros para grabar sus temas según se muestra en la película?
- 2- ¿Qué tipo de instrumentos escuchás en la banda sonora?
- 3- Buscá situaciones en las cuales la música de fondo acompaña la imagen y otras en las que el sentido de la música antitipe situaciones o escenas.
- 4- ¿Cuál es la relación planteada entre la música compuesta por los rockeros protagonistas y el contexto sociopolítico de la época? ¿Se repite actualmente esa relación?

A partir de la Guerra de Malvinas, en 1982, hubo un movimiento a favor de la música nacional. Durante bastante tiempo las radios dejaron de pasar música en inglés. Este hecho y la recuperación de la democracia dieron lugar al surgimiento de muchos cantautores y trovadores que sostenían su propia música desde hacía tiempo, pero que recién entonces comenzaron a formar parte de la programación de las radios.

Juan Carlos Baglietto, Alejandro Lerner, Silvina Garré, Celeste Carballo, Teresa Parodi, Víctor Heredia, el entonces adolescente Pito Pérez, el regreso de Piero y Marilina Ross., y muchos otros. León Gleco popularizó su *Sólo le pido a Dios*, Raúl Porchetto editó dos temas paradigmáticos de la situación social del momento: *Reina Madre*, que aludía a la guerra de Malvinas y *Che, pibe, vení, vení*, que graficaba la relación de los más jóvenes con la recuperación democrática: "en guerra o elecciones, pibe no nos abandonés..."



Foto de tapa del libro *Concursos en Hamas. Historias del rock argentino en los 80*. Editorial Corín - Aguilar.

La intervención de las empresas discográficas en la edición de música, significa que toda la música comercial ha perdido las huellas de lo popular? No siempre. Muchas veces las empresas discográficas rescatan músicas originadas en culturas regionales y las llevan a sus grabadoras. Otras veces la gente retoma la música comercial y se la apropia. En los cantos de cancha o de protesta, por ejemplo, se utilizan melodías comerciales para decir "nuevas cosas", incluso para criticar al sistema comercial y al modelo económico.

Muy ligada a la música comercial encontramos el POP. Bajo esta denominación se define a la música que no se encuadra fácilmente en otros géneros y que "está de moda", que tiene exponentes de música dulce y melodías pegadizas, propone pasos de baile e ídolos, plantea temas sin referencias sociales, geográficas o de actualidad. Podríamos cantarla con la misma vigencia hace una década, hoy o dentro de varios años; aquí o en otro país; en castellano o en inglés.

¿Qué es, entonces, aquello que engloba a la música pop?

Su posibilidad de ser vendida, de imponerse como moda. En definitiva, su carácter comercial.

Muchas veces, incluso, los cantantes de música pop hacen junto con sus contratos. Es decir, las discográficas construyen estilos y repertorios según criterios de marketing.



Las costumbres se entrecruzan, las culturas se colonizan.

¿Alguna vez te pusiste a pensar en tu manera de vestir o incluso qué te gusta comer o tomar? ¿Hay un denominador común con los chicos de tu edad? En los gustos musicales, ¿encontrarás mucha diversidad? Nos daremos cuenta, que casi toda la música que se suele escuchar, está ligada de una u otra manera a los medios masivos de comunicación. Analicemos entonces cuál es el circuito en el que gira la música y quiénes la hacen girar.

Si escribiéramos ahora un listado con los exponentes de música POP de este momento, seguramente para cuando leas el libro muchos de esos personajes o grupos habrán cambiado.

▶ Actividad

69

Te proponemos entonces que armes vos el listado, teniendo en cuenta:

- 1- País y/o ciudad de origen del/a cantante o grupo.
- 2- Temática que se trata en los hits.
- 3- Público al que se dirigen (adolescentes, chicos, chicas o ambos, familias, jóvenes que consumen a boliches, etc.)
- 4- Motivos por los que creés que tienen éxito.

MÚSICA EXTRANJERA: ¿DOMINACIÓN CULTURAL O GLOBALIZACIÓN?

Cuando se habla de revoluciones musicales, generalmente se las sitúa en Gran Bretaña y USA: a partir del jazz, Elvis Presley, The Beatles, The Rolling Stones, Sex Pistols, The Ramones, etcétera.

¿No ha habido revoluciones musicales en otros países? Seguramente sí, pero los circuitos comerciales han convertido a determinado tipo de música en modelo para el resto del mundo. ¿Cuántos cantantes africanos conocés? ¿Cuántos coreanos o chinos? Sin embargo, españoles e italianos, franceses e ingleses son algunos más en la lista de conocidos. Y, por supuesto, a la cabeza de esa lista encontramos una enorme cantidad de norteamericanos o latinoamericanos que editan sus CDs desde Miami.

Ahora se habla de globalización para referirse a determinados fenómenos culturales. A través del satélite podemos recibir imágenes en forma directa desde miles de kilómetros de distancia o transmitir información a partir de Internet. Algunas actividades han trascendido el país de origen para convertirse en costumbres internacionales. Los centros de *fast-food* o el uso de las *pop-cornes* en los cines, la importación indiscriminada de diseños de moda de Europa... Hoy podemos pagar con la misma tarjeta de crédito en cualquier lugar del mundo, podemos comer la misma marca de hamburguesas o pizzas en cualquier ciudad, repetir paseos y conocer *shoppings* de estructuras idénticas en diferentes ciudades del mundo.

También podemos escuchar la misma música en distintos puntos del planeta. Cuando grupos internacionales producen hits (como ocurre con el rock estadounidense), sus temas exitosos circulan por todo el mundo, e incluso se traducen a diferentes idiomas. Por ejemplo, miramos a Ricky Martin -uno de los que se "norteamericanizaron" en Miami e inclusive graba en inglés- inaugurando un Mundial de Fútbol en Francia 1998. Muchos chicos aprenden a contar en castellano gracias al éxito de ese mundial ("Un, dos, tres, el mundo está de pie... un, dos, tres,olé,olé,olé...").

▶ Actividad

70

Escuchá las melodías del TRACK N° 38. ¿Podés reconocerlas? ¿A qué grupo y/o cantante pertenecen? ¿Recordas cómo se hicieron "famosas"? Rastreá en diferentes grabaciones cuál es el sello discográfico que las comercializa. ¿De qué origen son las empresas? ¿Por qué creés que se da esa situación?



En sus giras internacionales, cantantes y grupos de distintos rubros plantean un formato de recital y lo repiten idénticamente por todo el mundo más allá del público concreto de cada una de las ciudades en las que harán sus presentaciones.

Se trata de grandes monopolios discográficos que dominan el mercado internacional, unidos generalmente a las cadenas de medios de comunicación. Por lo tanto, el término globalización es en realidad una fantasía a través de la cual se nos hace creer que tenemos igualdad de posibilidades y de acceso a la cultura en todo el mundo, cuando en realidad, cada vez de agranda más la brecha entre poderosos y desposeídos, tanto en cada país como entre unos países para con otros.



El australocanadiense Alan Parker lanzó internacionalmente la canción "Igh" de Eddy interpretada musicalmente por Madonna.



Actividad

71

En grupos de no más de cinco personas, hagan una visita a la discoteca más cercana. En primer lugar, definan si se trata de una discoteca de cadena o si el dueño/a es una persona particular o pequeña empresa nacional. Luego, traten de relevar los siguientes datos:

- 1- ¿En cuántos "rubros" o "géneros" dividen la música? Mencionalos y buscar al menos dos exponentes asociados dentro de cada rubro.
- 2- Las divisiones por país de origen de los cantantes o intérpretes: ¿se realizan en todos los rubros? Enumeren en cuáles y qué países aparecen mencionados.
- 3- Busquen un rubro que no tenga subdivisión por país de origen de los intérpretes (música clásica, por ejemplo). Luego de mirar en los CDs el origen de las grabaciones, los autores y/o intérpretes, definan en cuántos países pudo haberse subdividido ese género.
- 4- ¿En qué rubros encontraron autores e intérpretes argentinos? ¿Coinciden con esa subdivisión? ¿Cambiarían algún parámetro de esa clasificación?
- 5- ¿Cuántos grupos o cantantes originarios de un país graban en otro? ¿Por qué creen que se da esa situación?



Enrique Iglesias, cantante.

Emanuel Ortega, cantante.



LOS CLUBES DE FANS. RELATO DE UNA EXPERIENCIA

Es viernes. Eso significa que la locutora de la radio dirá las direcciones y los puntos de encuentro de los clubes de fans de algunos cantantes que están en el ranking. Paula se apuró, toma una lapicera y un papel y comienza a anotar. Es diciembre. Paula acaba de mudarse y tiene pocos amigos en el barrio. Con sus 13 años piensa que es bueno conectarse a partir de la música que le gusta. Y entre sus gustos están Chayanne, Enrique Iglesias, los Back Street Boys, Emanuel Ortega, los Hanson... confía en que seguramente encontrará un grupo cercano a su nueva casa en el que pueda incluirse. Mientras escucha la radio se desconcierta: "Club oficial de...", "Ex-club oficial de...", "Nuevo club...". Los clubes de fans adoptan distintos nombres de temas, generalmente de amor, en clara alusión a la relación entre sus integrantes (generalmente chicas) y el cantante o miembro del grupo. Algunos otros clubes toman la fecha de cumpleaños o el propio nombre del ídolo.

A poco de andar, Paula descubre que los clubes no son asociaciones espontáneas de adolescentes con ganas de reunirse. Quien otorga "oficialidad" al club es la propia discográfica, que brinda información de presentaciones y actividades del cantante, material editado (afiches, CDs, fotos, etcétera) y beneficios tales como participar de reportajes o saludar al ídolo luego de algún concierto. Cuando alguna de las presidentas de un club no cumple con determinada cantidad de acciones que comercialmente sirven a la discográfica, se erige un nuevo "club oficial". Y así, algo que Paula creía una organización propia de las "fanáticas" es más bien una sucursal de venta a cambio de algunos privilegios para sus integrantes.

Decepcionada, luego de recorrer algunos grupos, decide no participar en ninguno. Finalmente escucha que el club de fans de Manuel Wirtz o el de Piero (de los cuales casi no conocía su música) plantean ayuda solidaria a hospitales. Decide entonces incluirse en alguna de esas actividades. Pero tampoco siente como propio el grupo, porque no comparte el entusiasmo de sus integrantes por esos líderes musicales. Pero ahora, además de estar inquieta por "hacerse amigos", ha conocido que un grupo tiene más sentido si además de compartir entre sí, se propone ayudar a otros. Finalmente llega marzo y comienzan las clases. En la escuela le proponen participar de un grupo que apadrina a una escuela rural. Se acerca a participar y, casualmente o no, muchos de sus compañeros también coinciden en escuchar Hanson, los Back Street Boys, Chayanne, Enrique Iglesias y Emanuel Ortega... Paula ha encontrado su lugar.

