

Receta Para Crear Un Ídolo



FOTO DE ARCHIVO

RAFAEL MIESES

The Bronx Journal Staff Reporter

Alguien alguna vez dijo que aunque todo en este mundo cambia, al fin, todo queda igual como lo prueba la historia de este apunte, uno que comenzó hace muchos años.

Aunque no sé exactamente en que instante. Pienso que empezó cuando a Tomas Alba Edison se le ocurrió inventar el gramófono y un cantante, cuyo nombre también desconozco, grabara la primera canción.

Con ese cilindro en mano, la cuestión entonces fue como recuperar el costo de su fabricación, y de paso, ganar unos cuantos pesos. Nace así, creo yo, la casa disquera y desde luego, el primer departamento de promoción.

Poco a poco, los cilindros pasaron a ser discos de 78 rpm. Más tarde, elepés, cintas y cassetes. Mientras, las compañías discográficas se multiplicaban y la mayoría de los artistas, ansiosos de tener su propio disco e ignorando casi todas las normas comerciales, se dejaban comer al cuento o eran fáciles de estafar.

Claro que para vender el producto, dichas disqueras necesitaban dos cosas: una, que los publicistas le pusieran a sus artistas en el mapa, generalmente creándole biografías que ni ellos mismos las creían, y dos, que

las estaciones de radio le tocaran sus discos, cosa que logran, a comienzos de los 60, a través de otra nueva innovación, la payola.

Aun así, debido a la metodología y falta de recursos técnicos, esos anticuados sistemas necesitaban, para poder imponerse en ventas, buenas composiciones, algo de talento por el intérprete, y mucha promoción.

Desgraciadamente, así fue hasta la llegada de los equipos y grabaciones digitales, las que de un solo tirón, descartaron la necesidad de obras de calidad o talento musical. Hoy día, con el equipo existente, cualquiera puede ser cantante y llegar a considerarse un arquetipo para legiones de adolescentes sordos, histéricos y escandalosos (aunque generalmente sólo sea por tiempo limitado).

Hoy día, los departamentos de promoción de las casas disqueras, sólo tienen que seguir (al pie de la letra) los siguientes "10 Mandamientos" para fabricar un ídolo.

Primero: Rogar por la simpatía de la gente de Televisa o Azteca para que coloquen su tema en alguna de sus telenovelas.

Segundo: Asegurarse de tener muchos amigos en la radio. Si no los tienen, contar con muchos billetes para invertir en payola. (Una canción mala, tocada mil veces, surte efecto. Algo que en Latín se pudiera llamar "estímulos continuos").

Tercero: Si el artista en cuestión (como la mayoría de las estrellitas de hoy) no entona, debe entonces ser accesible y humilde (aunque tras puertas cerradas sea un verdadero demonio).

Cuarto: Como los ojos son la ventana del alma, la facha del artista es vital por que por los ojos hay que colar al ídolo. (Sólo rostros bellos, ¡por favor!).

Quinto: Codéese con los poderosos. Múdense a Miami, la ciudad que le dispara por televisión al continente americano todo tipo de enlatados embrutecedores. (Consejo: de vez en cuando, unos cuantos comentarios anticastristas adelantan el proceso).

Sexto: Hágase amigo de los periodistas. Invítelos a cenar. Aparente como si fueran de la familia y suplíqueles que le publiquen

historias y lo saquen en portadas de periódicos y revistas. (Invente romances secretos y rumores indocumentados.)

Séptimo: Nunca se involucre en cuestiones políticas. (No le complique la vida a la gente haciéndolos recapacitar).

Octavo: Refine su vocabulario. Nunca diga que canta con el corazón. Asegure que su éxito se lo debe al público y no deje de darle gracias a Dios. Recuerde que la payola y la extorsión, utilizadas "religiosamente", son poderosísimas. (Asegúrese el triunfo "deramando" agua bendita.)

Noveno: Désela de compositor. Vaya a La Habana y cómprese unas cuantas canciones por 25 dólares americanos. No invente nada nuevo. Imite lo que está pegado (al estilo Marc Anthony y sus siete enanitos plagiadores), porque al fin, donde cabe uno, caben mil.

Décimo: Asegúrese de recibir unas cuantas premiaciones (Lo Nuestro; Los Premios de la Gente; Grammys; Billboard; Alma; Fama; Globo; ASCAP; ACE, etc.) ofreciéndose a cantar o tocar gratis en sus eventos de gala. (Los ineptos necesitan auto-condecorarse).

En conclusión, recuerden que ya no se necesita tener calidad artística. Sólo que sea bello, esbelto, blanco y que tenga sonrisa de "Colgate", aunque un padre famoso o un par de coronas mundiales de boxeo nunca vienen mal. El resto, se fabrica con un buen equipo digital (En el caso de las mujeres, un busto monumental y un trasero colosal son trascendentales para garantizar el triunfo).

Con esos recursos, lo único que importa es caer gracioso, sonar por todos lados y empujar a todas horas un video en MTV. O sea, la visibilidad y la plata le garantizan entrar en las famosas listas de Billboard.

O como pronosticara el autor argentino Enrique Santos Discépolo (quizás pensando en el futuro de la industria musical) cuando compuso en 1935 la estrofa del tango "Cambalache". Esa que dice: "Que el mundo fue y será una porquería, ya lo sé... En el quinientos seis ¡y en el dos mil también!"



FOTO DE ARCHIVO

FRAY

CAMILO HENRÍQUEZ

Padre del
Periodismo Chileno

Este preclaro sacerdote, comprometido ardientemente con la causa independentista y con la lucha contra la esclavitud, identificado con la ideología liberal de su tiempo y colaborador del Libertador Bernardo O'Higgins, ha sido llamado "padre del periodismo chileno". Su casa natal estuvo en el mismo sitio donde ahora tiene su sede el diario "El Correo".

Claramente diferenciadas, las etapas del periodismo en Chile corren junto con su historia. En sus comienzos, sostuvo las ideas de la Independencia, a partir de 1812. Termina esta fase junto con iniciarse el período de la Reconquista. Durante un paréntesis que duró hasta la Batalla de Chacabuco, cuando los realistas imprimieron un periódico en la misma imprenta que dio vida a "La Aurora", renace el periodismo chileno. En efecto, el 12 de febrero de 1812 apareció en Santiago el prospecto del que sería el primer periódico nacional y, al día siguiente, se distribuía "La Aurora".

En dos hojas tamaño octavo, se leyó un artículo de Camilo Henríquez titulado "Nociones fundamentales sobre los derechos de los pueblos", además de algunas noticias extractadas de ediciones del "Times" de Londres y una segunda crónica en favor de la emancipación política.

De "La Aurora" se publicaron 58 ediciones, hasta que fue reemplazada por "El Monitor Araucano", aparecido el 1º de abril de 1813, bajo la dirección, también, de Fray Camilo Henríquez, que se firmaba con el seudónimo de Quirino Lemáchez. Los primeros colaboradores del periodismo nacional fueron, entre otros, Bernardo de Vera y Pintado, Manuel de Salas, Juan Egaña, Hipólito de Villegas y Antonio José Irisarri.

Este último, de nacionalidad guatemalteca, fundó meses después "El Semanario Republicano", cuyo primer número apareció el sábado 17 de agosto de 1813, con distribución en Santiago, que con más de 100 manzanas de casas de adobe, no tenía apenas tres mil habitantes que sabían leer y escribir. La reconquista española eliminó este naciente periodismo. El último número de "El Monitor Araucano" apareció el día anterior a la derrota de Rancagua, cuando muchísimos patriotas emigraron a Argentina ante el avance de las fuerzas realistas.