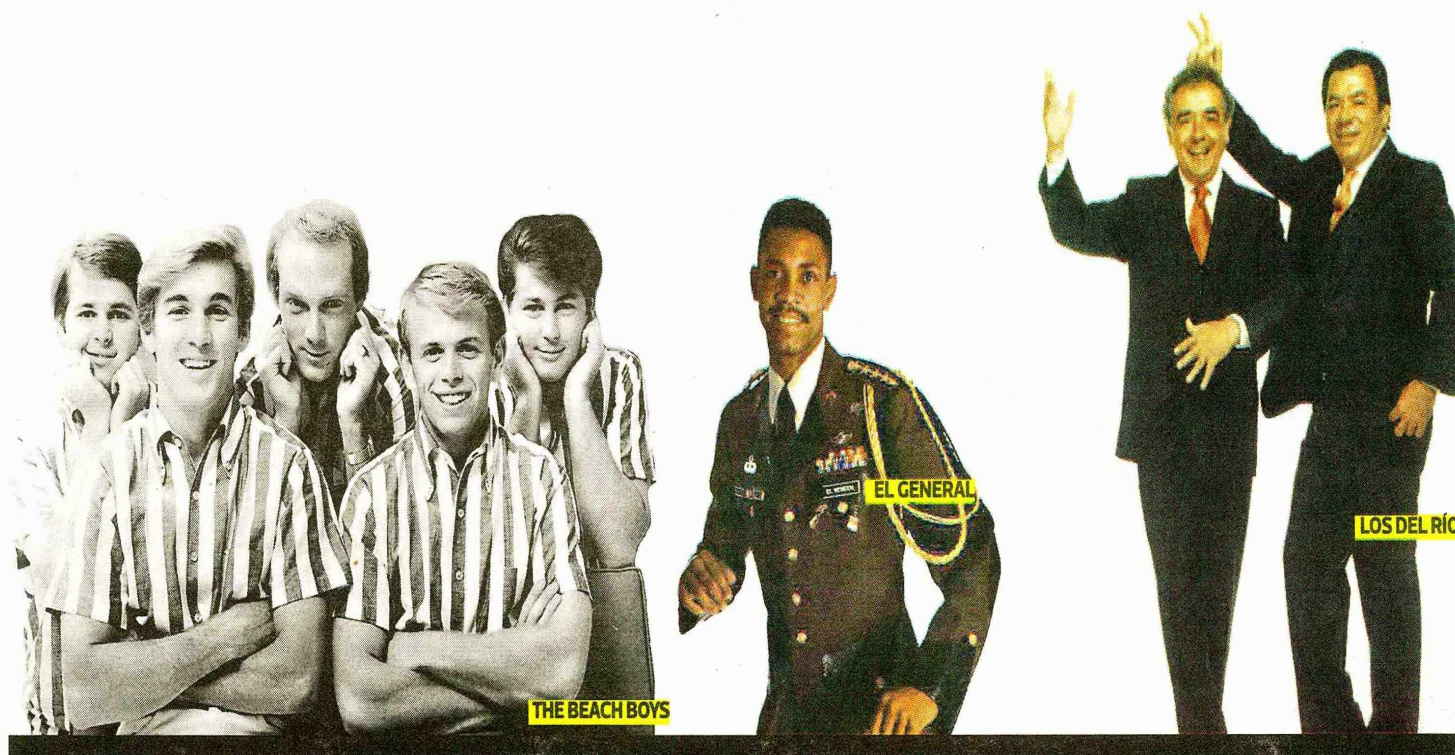


Medio	La Tercera
Fecha	24-1-2015
Mención	Contigo en verano. Habla Juan Pablo González, director del Instituto de Música de la UAH.

Contigo en verano

El éxito playero es una institución con más de 50 años e incluye clásicos como *Fuiste mía un verano*, *la Lambada*, o *La gasolina*. Pero hoy la nueva realidad de la industria musical puede hacer más difícil que una canción retumbe de playa en playa.

POR: **Carlos Pérez E.**



El escritor de temas de música popular Fabio Salas recuerda que en 1979 la canción del verano fue *You're the one that I love*, de la banda sonora de la película *Grease*. “En la micro, la fuente de soda, la piscina, la playa, donde estuvieras sonaba esa porquería a toda hora”, se sigue quejando Salas.

Ese verano no fue una excepción. La canción del verano es una institución que se apoya desde hace décadas en la capacidad de la industria musical de convertirla en una melodía casi omnipresente, que se traslada desde las radios a las playas, lagos, discoteques y asados caseros. E incluso entre la gente que la resiste, como Salas, el hit estival termina formando parte de los mejores -o peores- re-

cuerdos de vacaciones.

El origen de la canción del verano, dice Juan Pablo González, director del Instituto de Música de la Universidad Alberto Hurtado, está a mediados de los 50, cuando la bonanza económica de la posguerra permitió que los adolescentes se transformaran en un inédito actor del mercado de consumo a conquistar por la industria musical. “Es un nuevo sector social que consume música. A eso se suma que también aumenta el tiempo de ocio en los 50 y ahí naturalmente los adolescentes disfrutan de mucho tiempo durante las vacaciones de verano”, explica González. En 1958 apareció uno de los primeros éxitos veraniegos: *Love Letters in the Sand*, de Pat Boone. La canción era parte de *Bernardine*, una película sobre adolescentes con problemas de

adolescentes.

Ya en los 60 Italia se suma a la fiebre estival, y por decirlo de alguna forma, ahí se institucionaliza el concepto con la creación en 1964 del Festival *Un disco per l'estate* -una canción para el verano-, organizado por la Asociación Fonográfica Italiana para buscar éxitos para esta época del año.

“Eran canciones que tenían que describir un estado de ánimo colectivo que sintonizara con el período estival; tener una melodía pegajosa que el público identificara bien, en lo posible bailable, y todas las reglas del hit radial: no más de tres minutos de duración, dos estrofas y un estribillo”, describe Fabio Salas, autor de *El grito del amor: una actualizada historia temática del Rock*. El musicólogo Claudio Gajardo Cornejo aporta que “los productores siem-

pre se las ingeniaban para ligar el verano, el sol, la playa y el amor en las canciones”.

Canciones probadas

A Chile la moda de la “canción del verano” llegó también en los 60, pero la industria en este caso tenía una ventaja: los éxitos que aterrizaron ya habían triunfado en el verano boreal. “En julio y agosto las canciones estaban siendo probadas en Italia, España o Estados Unidos y después se les sacaba partido traducidas en el verano del hemisferio sur”, cuenta González. El productor Camilo Fernández era quien rastreaba los éxitos y se los entregaba a artistas nacionales de la Nueva Ola. Ejemplos son las versiones locales de éxitos de los italianos Nico Fidenco y Gino Paoli, o Sellado con un Beso -*Sealed with a kiss* de Bryan

Hyland- “importada” por Pat Henry.

Aunque no todo eran *covers*. Se las recuerda éxitos estivales de artistas locales, como *Contigo en verano* de Willy Monti, que por estos días suena gracias al comercial de cerveza Cristal. Otros ejemplos, con títulos no precisamente originales, son *Por fin el verano* de Carlos Alegría o *Trabajo de verano*, donde Larry Wilson sintetiza en el coro el espíritu de estas canciones: “Olvidemos trabajar, olvidemos estudiar, pues en verano hay sólo tiempo para enamorarse”.

González explica que la canción veraniega local buscaba replicar el estilo californiano o de la costa del Mediterráneo. “La Nueva Ola chilena es totalmente heredera de esa

influencia, la industria musical alimentaba esa imaginería del adolescente jugando, con romances y largas vacaciones de verano en la playa”, dice el musicólogo.

Pero esas temáticas más inocentes duran hasta principios de los 90 cuando el hit *Chorando se foi* – más conocido simplemente como *Lambada*– le agrega color e incorpora un nuevo elemento: “Brasil empieza a exportar a América hispana ya no sólo canciones sino que también el nuevo baile del verano”, dice González. Después vendrían desde distintas partes del mundo hits coreográficos como *La Macarena*, de Los del Río, que fue un éxito internacional en los años 95, 96 y 97, el *Onda* de los populares Axe en 2002 o el *Gangnam Style*, del co-

reano PSY, el video más reproducido en la historia de YouTube.

Otro fenómeno veraniego fue el reggaetón que aterrizó a principios de 2005, con Daddy Yankee y sus hits *Gasolina* y *Lo que pasó, pasó*. La moda puertorriqueña se extendió hasta el verano 2006 donde su presentación fue el plato fuerte del Festival de Viña del Mar y hasta ahora el reggaetón sigue siendo el principal productor de éxitos veraniegos.

El nuevo escenario

Pero la industria musical ha cambiado y hoy ya no es tan sencillo poner una canción en el verano de todos. “Con la irrupción digital y la ultra-segmentación de las audiencias, la receta se difuminó”, explica Sergio Cancino, director de Radio UNO y Concierto. Diagnóstico compartido por el perio-

dista Manuel Maira, autor del libro *Suban la música*, para quien “hoy la transversalidad es mucho más difícil de lograr. Antes todo estaba más concentrado en los medios tradicionales”.

El resultado es que cada vez es más difícil identificar al nuevo *Verano naranja* o *La Macarena*. “Me da la impresión de que no hay una sola o es más difícil identificarla”, dice Maira. ¿Los aspirantes 2015? En los *rankings* formales e informales destaca como principal candidato *Como yo le doy* de Pitbull con Don Miguelo. Compiten también *Plakito* de Yandel con Gadiel y Farruko; *Mi persona favorita* de Río Roma; y *Humanos a Marte* de Chayanne que en su versión reggaetón –sí, son más de una– aparece nuevamente Yandel.

Para Patricio Urzúa, director de

contenidos en 13 Radios, el que hoy sea más difícil identificar el tema más popular tampoco significa el fin de la canción del verano: “La fórmula sigue siendo la misma, la efectividad inapelable que tenía antes es la que está en duda, como decir ‘este verano estamos todos escuchando a Luis Dimas’”, explica el periodista.

Hoy hay más canales para difundir una canción y eso significa que a la vez hay más alternativas que desafían a las apuestas de la industria tradicional, sellos y radios, que a su vez tienen que mirar atentamente qué está pasando en los nuevos medios. Tal como explica Cancino, hoy un hit debe primero “conquistar las redes sociales e internet, el consumo inmediato y repetitivo. Viralizar para conquistar y desde ahí conseguir cobertura en los medios

tradicionales”.

Pero muchos éxitos que logran imponerse en los veranos de hoy siguen repitiendo fórmulas del pasado, como grabar versiones en distintos idiomas o en *spanglish*. “Siempre funciona porque finalmente lo que uno quiere es cantar y el éxito del verano tiene ese requisito”, explica Urzúa.

Algo que también sigue ocurriendo es que la canción del verano se sigue asociando al fenómeno del “*One-hit wonder*”, artistas con un solo éxito que después desaparecen. Como el dúo colombiano Yander & Yostin con la insistente *Te pintaron pa-jaritos en el aire*, el año pasado. “La gente no se acuerda de los autores de las canciones. Son como productos veraniegos, desechables. Algo así como el sabor del verano”, concluye Maira. ●

