

LAZAROFF y la ROSCA

Refiriéndose a E.E.UU., José Martí dijo que conocía bien al monstruo por haber vivido en sus entrañas. Respecto al "mundo del espectáculo" y Jorge Lazaroff, tal vez cabría aplicar la misma aseveración.

Este músico y cantor publica en ASAMBLEA, unos artículos referentes al canto popular, al medio en que se desarrolla y los grupos que explotan su difusión (la "rosca", para simplificar). Bajo el título: "¿Militancia o Empresa?", en el número 5 del citado periódico, expone interesantísimas apreciaciones.

LA TRITURADORA EN ACCION

Lazaroff nos dice: "En el campo de la música popular, idealmente, los encargados de producir serían los propios músicos y los individuos interesados en que el movimiento se desarrolle en evolución constante y con fines culturales. Pero resulta que se coexiste con empresarios, agentes discográficos, propagadores, productores, representantes, vivos criollos, o como quiera llamársele, que lamentablemente también producen pero que no tienen, en la enorme mayoría de los casos, las mismas inquietudes".

Más adelante nos resume, qué cosa es "el mundo del espectáculo" que "APARENTEMENTE ofrece al artista la posibilidad de "vivir del arte", pero que pronto se descubre como una explotación similar a la de cualquier obrero, por aquellos que son dueños de los medios de producción industrial:

los patronos. Para Lazaroff el artista popular está más aislado que el obrero. "El cantor poco a poco va perdiendo su actividad colectiva, aunque parezca mentira, porque poco a poco va perdiendo conciencia colectiva: él es el artista, él es él solo, el individuo, el empleado que vende su caripela, él, al revés que todos los trabajadores, realiza su tarea solo, sin consulta, sin discusión, sin un grupo que represente lo mismo que él y lo apoye en su formación ideológico-artística". "Así se comienza a crear la exigencia, el hábito, la tara, de no perder ninguna de estas dos cosas (guita y fama) cueste lo que cueste". "Vemos hoy en día la lucha desesperada de los músicos por fabricar éxitos, recurriendo a cualquier recurso: repetir eternamente las mismas obras con distinto envoltorio, copiar, copiarse a sí mismo, intentar reflotar cuanto tema exitoso encuentre a mano, hacer discos enteros con éxitos internacionales, tomar canciones que se sabe de antemano que se "venden". Esa es la palabra: "vender".

ENGRANAJES DE TRANSMISION

La venta de la fuerza de trabajo, no compromete necesariamente al obrero con la "ley del patrón"; en cambio un trabajador intelectual, cuyo producto no es un objeto sino un medio de transmisión de ideas, la adaptación de éstas al mercado, es un serio compromiso; es alineación, ya que deja de ser su persona, para transformarse en un vendedor. Se convierte en un verdadero peligro para quienes confían en él.

Pero ¡va está en el tram-

pero! Casi tan publicitado como un jugador de fútbol, el cantor popular es una suerte de estrella fugaz, modelo de propagación de monerías, tortuosidades o divagues metafísicos que ayudan a los consumidores de esas creaciones, a pasar buena parte de su tiempo, distraído o adormecido, para no enfrentar una realidad cada vez más dura (los que no están en esta tarea, son cada vez menos).

"El artista se empieza a olvidar de que su función en beneficio de la comunidad, es la militancia artística y cultural, y no de empresa artística. Pero no, el show debe continuar".

"En el régimen capitalista, todo hombre especula para crearle a otro una nueva necesidad, para obligarlo a hacer un nuevo sacrificio, colocarlo bajo una nueva dependencia e incitarlo a un nuevo modo de goce, continua y cada vez más rápidamente, a costa, por supuesto, de la calidad de ese goce".

"Y EN EL MISMO LODO, TODOS MANOSEADOS"

La glorificada sociedad de consumo, posibilita tener centenares de objetos que pueden pasar a ser propiedad —concepto clave que penetra como virus— de quien paga; obliga también al producto artístico o intelectual a pasar por los mismos breves que impone el sistema para su comercialización. "A medida que crece la masa de los objetos, se nota un aumento del dominio del "mundo del espectáculo", que esclaviza a la cultura, al canto popular en nuestro caso. Cada nuevo producto que sale, es cada vez menos esencial, es cada vez más engañoso y más falso porque

comienza a vaciarse de contenido y de aporte a una comunidad: comienza a perder humanidad".

"El público comienza a perder los elementos necesarios para distinguir el canto popular del resto de los desastres musicales que recibimos y oímos cotidianamente (incluso los propios desastres del canto popular). Comienza a perder esos límites porque ambas cosas, canto popular y música industrial, ofrecen lo mismo en el fondo".

UN CAMBIO NECESARIO

¿Quién puede detener esto? De los tres grupos intervinientes en este asunto: el fabricante de opciones comerciales, el

creador del producto artístico y el público en general, el primero, puede darse por desconchado que no le interesa ningún cambio que varíe la relación de fuerzas. El público consumidor, por heterogéneo y disperso, es difícil que se organice para modificar este sistema. Queda entonces, el grupo de artistas populares; el creador del producto artístico debe tratar de darse la organización que más convenga a sus intereses.

Se nos ocurre como bastante lógico que, los "ganadores" del momento que piensan que su producción es de primera calidad y además, perdurable, no tendrán interés en cambios que seguramente favorece-

rán a algunos de sus "competidores". Pero, pensamos que muchos otros sí, tal vez una mayoría no quiera esta "libre competencia".

Jorge Lazaroff expondrá su tesis en próximas entregas. Pero lo dicho por él ya, lo revela como un periodista lúcido y realista; además está haciendo un buen aporte para debilitar a la "rosca" que deforma nuestro canto popular. Pensamos que hay algunas contradicciones entre lo que ve el periodista y la producción artística del cantor que en este caso coinciden en la misma persona. Esto, tal vez podamos discutirlo con el cantor en un próximo número..

ANGEL RODRIGUEZ

EL FOLKLORE MUSICAL URUGUAYO

A pesar que muchos "arrancados verdes" niegan la existencia de todo lo uruguayo y se amparan en el vocablo aluvión, demostraremos científicamente de que existe, y es necesario estudiarlo.

Esta columna estará a cargo del reconocido folklorólogo Eduardo Fagge, secretario del Centro de Estudios Folklóricos del Uruguay.

EL URUGUAY CANTA Y BAILA

Comenzaremos con esta serie de notas, la descripción del uruguayo como ejecutante de música, cantor y bailarín, en todos los lugares del solar, en todas las edades, previniendo al amigo lector que el patrimonio folklórico de música y de danza es compartido por igual, y con idéntico entusiasmo, por ambos sexos. Hemos elegido como modelo, pretendidamente arquetípico (y factualmente verídico), de estos aspectos del folklore, estudiando en lo sincrónico y en lo diacrónico el origen, proceso, desarrollo y contenido de un *baila rural*. Esta elección no es aleatoria, sino operacional: una pretendida semiología de la cosa nos haría ver un lenguaje en este evento social que implica, prácticamente, importantísimas categorías antropológicas de los siete *modos* del folklore uruguayo, actuando en función de muy vital y evidente interrelación.

Elegimos el ámbito rural, por ofrecer un modelo menos "prefabricado" o "standarizado", riquísimo en espontaneidad, que el baile urbano, el cual, por revestir carácter de sistemático (en el sentido no avalable del término), maquinalmente reiterado y generalmente respondiendo a requisitos de tipo comercial; el baile rural ejemplificará mejor lo que pretendemos explicitar —pensamos— a nuestros lectores, sumando un esfuerzo propedéutico o de enseñanza a un repertorio de contenido.

No se agota —ni por lejos—, el folklore musical uruguayo en estas notas. Posteriores ampliaciones de pautas y hechos mencionados explícita e implícitamente en este artículo, serán dadas a conocer en la medida en que ello parezca importante, y que el amable lector lo solicite: a sus órdenes estamos. Omitimos, por lo antedicho, las noticias sobre los indígenas que poblaron el Uruguay, los aspectos y ras-