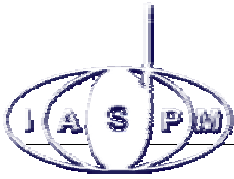


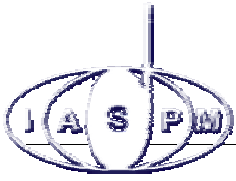
## **Del *Cielito Lindo* a *Gana la gente*: música popular, campañas electorales y uso político de la música popular en Chile**

El título de esta propuesta de discusión es genérico pues se refiere a un fenómeno amplio y a un marco temporal que cubre algo más de cien años. El argumento central de la propuesta tiene que ver con el uso con fines políticos de expresiones musicales vinculadas a la cultura popular no hegemónica a lo largo de un arco de tiempo relativamente largo.

1. Por largo tiempo en la historiografía chilena se ha sostenido que la campaña electoral del presidente Arturo Alessandri Palma en 1920 inaugura una nueva estación en la forma de hacer política al incorporar a las masas, la “chusma querida” como la designaba quién resulto elegido en los comicios de ese año. Sin embargo si se estudia con algo más de atención se puede observar que ya desde la segunda mitad del siglo XIX se venía desarrollando un estilo de hacer política que procuraba una mayor cercanía con electores y no electores quienes, con todo, podían contribuir al desarrollo exitoso de una campaña al sumarse a la construcción de un ambiente triunfalista. Un antecedente importante en este sentido viene de la nación protagonista del texto de Tocqueville *La*



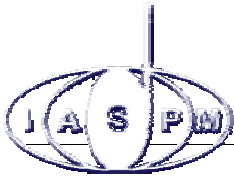
*democracia en América.* En efecto la forma de desarrollo de las campañas electorales de los Estados Unidos de Norteamérica tuvo un claro influjo en el modo de proceder de Benjamín Vicuña Mackenna quién, en 1876, se presentó como candidato a la presidencia violando la práctica, establecida por largo tiempo, que establecía oficiosamente que el gobernante que dejaba el cargo designaba a su sucesor. Figura popular y revestida de prestigio tanto por sus avatares como líder político, que lo llevaron a la cárcel y al destierro, como por sus posteriores éxitos como intendente de la ciudad de Santiago, capital de la República, en donde realizó importantes y vistos reformas urbanas, se lanzó a la carrera por el sillón presidencial estableciendo un modo de acción que era distinto al usado hasta entonces. De hecho Vicuña Mackenna organizó lo que se llamo “la campaña de los pueblos” realizando un significativo viaje electoral, en el que buscaba establecer un contacto directo con los electores y al mismo tiempo impresionar a los curiosos que lo recibían con alborozo al descubrir un inusitado interés por parte de un candidato a la presidencia por llegar a la población. En este viaje la música de retreta jugó un papel importante pues contribuía a generar un ambiente festivo y triunfalista, calcado de lo que el candidato había podido observar en los Estados Unidos. Esto no significa que rompiese del todo con las practicas tradicionales pero no se puede negar que se trató de una apuesta por un nuevo estilo. A la larga su rival, el candidato “oficial”, triunfó en la elección pues la maquinaria estatal actuó a su favor y los caciques locales cumplieron su tarea como acostumbraban. No obstante el precedente de esta campaña con viajes y banda de acompañamiento, con presentaciones en plazas y estaciones de ferrocarril debían de dejar huella que se hizo evidente diez años después cuando José Manuel Balmaceda fue candidato a la Presidencia. Esta vez él era el heredero designado por su antecesor y debido a ello su elección no corrió grandes riesgos. Sin embargo en los años de gobierno Balmaceda se reveló como un político innovador y en muchos sentidos revolucionario, dispuesto a romper con prácticas de larga duración que afectaban su autoridad como Presidente. Para cumplir este programa y tomar contacto con las realidades del país realizó numerosos viajes por todo el territorio nacional, en los que nuevamente el uso de recursos escénicos y de música adecuada fueron esenciales. Las bandas y retretas, los arcos de triunfo y ovaciones al primer mandatario que recorría el país fueron expresiones



de esta nueva forma de entender la actividad política más cercana a la población, incluyendo aquellos que estaban excluidos del derecho al sufragio.

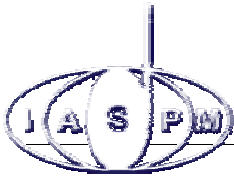
2. Balmaceda tuvo un mandato caracterizado por las iniciativas de desarrollo –en obras públicas y educación muy señaladamente- y aparece como un reformista que no transa en las materias que cree relevantes. Debido a esta actitud alcanza un grado de adhesión importante en los sectores populares, que entonces contaban muy poco en la política pero que iban adquiriendo importancia –durante su mandato se produce la primera huelga general en Chile-, pero también lleva al país a un grado de división tal en la disputa entre el Poder Ejecutivo y el Legislativo que se desencadena una breve pero cruenta guerra civil en 1891. La derrota del ejército leal al presidente y el posterior suicidio de Balmaceda confirmaron el sino trágico que rodeaba su figura y contribuyeron a afianzar su memoria en los sectores populares que conservaron por largo tiempo el recuerdo del presidente mártir. Balmaceda permaneció vivo sobre todo a través de las *cuecas* que le fueron dedicadas cuando aún era presidente y las compuestas para mantener su memoria en las que, usando el lenguaje musical más propio de los sectores populares no hegemónicos, se levantaba la figura de un líder propio y representativo. Los textos de *cuecas* de Balmaceda tendrán una larga pervivencia en la memoria de los sectores populares chilenos y cerca de cincuenta años después de la muerte del presidente mártir algunas de ellas serán adaptadas para la campaña del candidato del Frente Popular Pedro Aguirre Cerda, en 1938, con la sola sustitución del nombre de Balmaceda por la del político de los años treinta que luchaba por llegar al gobierno.

La derrota de Balmaceda en la guerra civil se tradujo en un cambio en la forma de organización política nacional pues del régimen presidencial se pasó al parlamentario, estableciéndose un tipo de conducción política donde el caudillismo y el cohecho así como las suplantaciones, falsificaciones y otros vicios electorales pusieron en peligro la mecánica electoral. Esto obligó al establecimiento, en 1912, de un padrón electoral que diera mayores garantías y que se renovaba cada nueve años. Sin embargo la participación de la población era baja a pesar de que desde 1874 existía el sufragio universal masculino para quienes sabían leer y escribir. La política, no obstante los casos de Vicuña Mackenna y Balmaceda (y aún otros políticos menores), seguía manejándose



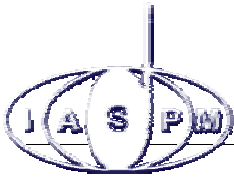
en banquetes y clubes, en camarillas y con poco respaldo y participación popular. Por ello el ritual de campaña y el uso de la música electoral eran poco significativos pues, como se ha dicho, las decisiones, las adhesiones y compromisos se tomaban “a puertas cerradas”, sin movilizaciones sociales, sin reuniones multitudinarias, sin masas que vitorearan y cantaran.

3. La situación sin embargo debía cambiar para el año 1920, en una elección que en la historia política chilena aparece rodeada de un rango casi mítico. En ella se enfrentaron nuevamente las combinaciones de partidos que desde los años de la guerra civil agrupaban a los actores tradicionales. La diferencia fundamental de esta elección radica en que el grupo liberal llevó como candidato a un líder populista que, crecido al abrigo de caudillos tradicionales del mundo parlamentario, construyó una plataforma política nueva a través de una encendida retórica y de promesas seductoras de cambio en la vida nacional. Arturo Alessandri Palma amaba los *meetings*, el discurso improvisado, el papel de tribuno popular y el uso de cualquier espacio para hacerse oír. Retomó las prácticas de Vicuña Mackenna y Balmaceda y convirtió los viajes en tren en una ocasión de contacto con los electores y las plataformas de los vagones y las estaciones en la tribuna desde donde prometía un mundo nuevo, más justo y adecuado al progreso de Chile y el mundo. Famoso con el sobrenombre de *El león de Tarapacá*, es decir la importante región norte con una numerosa población de trabajadores calicheros y una significación económica clave a raíz del salitre, se presentó como un candidato atípico que recurrió a la “chusma querida” para lograr apoyo y conseguir adhesión aún de quienes no votaban pero si podían generar un clima de presión política en una sociedad que cambiaba aceleradamente. En esta campaña se realizan manifestaciones publicas importantes y aparece la canción política con una claridad y protagonismo que antes no había estado presente en el ámbito electoral. A nivel partidario ya se había utilizado la música como elemento de identidad, de congregación y de movilización especialmente en los grupos de izquierda que buscaban constituirse en partidos políticos, en unos casos, o de opciones revolucionarias en otros, como sucede con los anarquistas. El crecimiento del movimiento obrero, especialmente en las regiones del norte salitrero, había llevado a la creación de música con intenciones políticas, destacando en este sentido el llamado



*Canto a la Pampa*, con letra del poeta Francisco Pezoa y la música de la popular habanera *Ausencia*, y el himno *Hijo del Pueblo*, característico de los grupos anarquistas. Frecuente fue el uso de adaptación de letras revolucionarias a música que había alcanzado cierta divulgación a través del teatro, de modo tal que en periódicos y cancioneros de grupos de izquierda se encuentra a menudo textos que llevan como comentario “se canta con la melodía de...”. En varios casos se utilizaron canciones de temática amorosa y a veces de tono intimista, que habían alcanzado popularidad al ser aprendidas y usadas por la población, y que tienen en ocasiones un tono lastimero y poco festivo algo chocantes con sus intenciones movilizadoras. Alessandri también utilizó en su campaña electoral una adaptación de un tema de amplia difusión, optando sin embargo por una melodía más alegre y festiva, acorde con su programa de esperanzas y promesas de cambio, con tintes casi mesiánicos. El tema *Cielito lindo*, de origen mexicano, se convirtió en la primera gran canción electoral de la vida política chilena. No se trata de un himno sino de una canción que expresaba los anhelos y deseos de amplios sectores de la población a la que se agregaba una cierta adhesión generacional pues muchos jóvenes se entusiasmaron con esta candidatura cantándose en todas partes el *Cielito lindo*. La adaptación del tema mexicano planteaba en el estribillo “Sí, ayayai, Barros Borgoño espérate a que Alessandri Cielito lindo, te baje el moño” prometiendo la victoria sobre los sectores conservadores y generando amplias expectativas. El clima creado con esta campaña, que se identificó especialmente con el canto del *Cielito lindo*, fue nuevo y resultó especialmente importante la capacidad de movilizar a las multitudes que más que con el voto se manifestaron con la presencia en la calle, frustrando los intentos de distracción creados por el gobierno para evitar que el candidato que se presentó como una “amenaza para los espíritus reaccionarios” llegara al gobierno. *Cielito lindo* representó un espíritu de fiesta popular que comenzaba a entrar en la política y se convirtió en un mito por el éxito alcanzado, por las expectativas generadas y por la divulgación alcanzada por el lenguaje de la canción popular que servía de vehículo al espacio del poder.

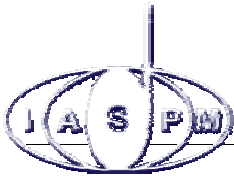
4. El gobierno de Alessandri fue difícil y terminó en una profunda crisis en la que se incluyen los golpes de estado de septiembre de 1924 y enero de 1925. Obligado a dejar el



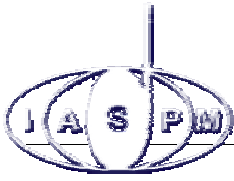
poder durante un tiempo, Alessandri volvió a Chile para promover un cambio de constitucional que restituyó el régimen presidencial en Chile y estableció la elección directa del presidente por sufragio universal masculino. Comenzó así una nueva etapa en la vida política del país caracterizada en sus primeros años por un rodaje difícil bajo la figura dominante de Carlos Ibáñez, el militar que había conducido los golpes de mediados de la década y que se hizo elegir presidente en 1927. Siguiendo el modelo de dominación carismática crea un escenario nuevo en el que se pueden encontrar ecos del fascismo italiano y que se tradujo en la transformación del Estado chileno que creció considerablemente, buscando modernizarse. Son los años en que ha comenzado a funcionar la radiotelefonía y se crean instituciones y empresas del Estado al tiempo que se crea un aparato y organización policial como nunca antes visto en el país. Ibáñez como presidente autoritario sabrá utilizar los espectáculos festivos que exaltan el cultivo de la actividad física y la salud en ocasiones de aclamación del líder, creándose varios himnos y composiciones con ritmos diversos como los temas *Coronel Ibáñez. Marcha-himno para piano y canto* y *Presidente Ibáñez. Marcha himno para piano y canto* con letra y música de Benito Torrente y Torrantegui que luego compondrá los Paso doble *Miguel Primo de Rivera* y *Viva Franco!*, haciendo aún más evidentes sus simpatías fascistas. La crisis económica mundial, la crisis social y el cansancio de la población condujeron a la caída de Ibáñez en julio de 1931 iniciándose entonces un periodo convulsionado, de algo más de un año, con varios golpes de Estado e incluso el establecimiento de una República Socialista de breve duración. Fue el momento en que comenzaron a organizarse milicias de partidos políticos en las que los himnos jugaron algún papel destacado. Hacia fines de 1932 será el turno de algunos temas electorales en vista de la elección que regularizó el sistema democrático en octubre de ese año. En esta campaña algunos candidatos utilizan los lenguajes y formulas de la décadas anteriores mientras que Grove, representante del socialismo y en alguna medida Arturo Alessandri, a la postre el ganador, apostaron por los medios de comunicación modernos. En el caso de Grove, ex militar y ex miembro de la junta que estableció la efímera República Socialista, se edito en ese año 1932 un cancionero que lo saludaba como futuro presidente de Chile. Era una señal de que la política estaba cambiando y que las masas contaban de un modo distinto qua antes.

5. La elección presidencial de 1938 tiene, al igual que la del año 1920, un significado especial pues fue presentada por varios de los actores del momento como una instancia decisiva, cargada de trascendencia pues se proponía como una ocasión en se que iba mucho más allá del cambio de gobernante. Se trataba de un choque de concepciones de sociedad. La derecha unida y la izquierda reunida en un Frente Popular, en consonancia con el fenómeno mundial, se enfrentaron en una carrera electoral que se cuenta entre las más estrechas de la vida republicana chilena. Los candidatos que postulaban a la presidencia eran buenos exponentes de sus respectivos sectores. La derecha postuló a Gustavo Ross llamado por sus partidarios “el mago de las finanzas” pues fue ministro de hacienda en el segundo gobierno de Alessandri. Hombre de experiencia en los negocios, representante del mundo empresarial, era criticado por algunos sectores de la propia derecha por ser demasiado frío y pragmático. El himno oficial de su campaña era una marcha cuyo estribillo decía “A Ross queremos, a Ross queremos, a Ross queremos ver triunfar, porque merece, porque merece, porque merece, el Sillón Presidencial”. Se trataba de una adaptación de un tema del mundo de la música popular del Brasil, *Mamá yo quiero*, que revestido con un arreglo como marcha ponía un tono algo contradictorio con el personaje que exaltaba, serio y más bien distante de las masas. Se trataba de una estrategia de cooptación de un gran éxito de la radiofonía y del disco que ahora era desviado al mundo de la política sin correr grandes riesgos pues se sabía que la tonada tenía amplia divulgación y resultaba “pegajosa”, argumento central en los que manejan las campañas políticas. De alguna forma el pragmatismo del Ross ministro de hacienda se traspasa a su campaña presidencial adaptando lo ya probado, renunciando a innovar. Un último rasgo que vale la pena señalar de este marcha es el tono triunfalista algo desmesurado que utiliza a través de sus estrofas: habla de “un triunfo aplastante sobre el frente Popular” y de la “victoria fácil de Gustavo Ross” sentenciando que “el criterio sano de todo elector quiere la victoria de Gustavo Ross” argumentando finalmente “¡porque así lo exige la conciencia nacional!”

El candidato rival tenía características opuestas a las de Ross. Hombre cálido y respetado por una carrera política destacada con capacidad de presentar proyectos de largo alcance y con vínculos con el mundo académico, el radical Pedro Aguirre Cerda

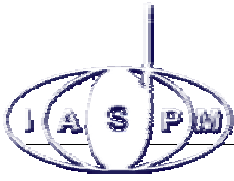


aparecía como un buen reflejo del mundo popular. Del mismo modo que hiciera la candidatura de su rival, los partidarios de Aguirre Cerda adaptaron un tema que el mexicano Jorge Negrete había popularizado titulado *Que será lo que tiene*. La versión electoral decía: “¿Quién será, quién será presidente, quién será, quién será, qué caray? Ha de ser este un hombre decente un hombre de nuestro Frente Popular” y continuaba en un tono más confrontacional diciendo “Pero Ross no será presidente porque a Ross no lo quiere la gente. “¿Quién será, quién será presidente? ¿Quién será, quién será, quién será? ¡Sólo Aguirre que va por el Frente, que va por el Frente, Frente Popular?”. Además de esta adaptación de un tema mexicano se compusieron o adaptaron numerosas cuecas dedicadas ya fuese al candidato Pedro Aguirre Cerda, ya al Frente Popular. Ya he recordado como algunas de las cuecas de Balmaceda se “reciclaron” poniendo el nombre del candidato en el lugar del ex presidente. Esta práctica refleja con claridad como esta candidatura se encontraba más próxima a los sectores populares en los que la cueca aún era una muy importante expresión. El uso de estas canciones más vinculadas a las expresiones festivas no excluye la presencia de obras como la *Marcha del Frente Popular* más acorde con un cierto tono militante que la campaña electoral exige en algunos momentos. Con todo estamos ya frente a una campaña electoral en la cual la influencia de los medios, radio, disco y cine, tienen una enorme significación pues proporcionan para ambas candidaturas un vehículo de comunicación ampliamente difundido produciendo asociaciones que resultan funcionales a los intereses electorales. Además era importante contar con la adhesión de los artistas que participaron en las actividades de campaña y en las fiestas de celebración de las victorias. En el caso de la candidatura de Pedro Aguirre Cerda la contribución de Ester Soré fue importante pues ella, llamada “la negra linda”, aparecía como la quintaesencia de la chilenidad y gozaba en ese momento de un muy alto grado de popularidad.[Mención particular merece el uso de la música mexicana. Ésta se convertirá desde esos años en un tipo de repertorio ampliamente difundido en el medio popular chileno. Se trata de un tipo de creación que se difunde a través del cine, del disco y la radio y que presenta el medio campesino, evocado desde las oscuras salas de cine, despertando nostalgias y proponiendo un tipo de héroe rural. Venida del campo mexicano la música ranchera entra por el cine y la radio, conquista en Chile la adhesión popular y luego, ya en los años cincuenta y sobretodo los sesenta



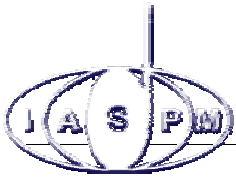
regresa al mundo campesino donde se radica definitivamente hasta hoy gozando de una optima salud]

6. Las campañas electorales de los años sucesivos estuvieron marcadas por condiciones excepcionales –dos presidentes sucesivos fallecieron de muerte natural durante su mandato- y la creación de canciones electorales estuvo siempre dominada por los referentes que venían del mundo del espectáculo y la canción comercial de amplia difusión por radio y aceptación masiva. En 1946 el candidato de la Izquierda Gabriel González Videla utilizó una adaptación de *Rhum and Coca Cola*, tema popularizado por las Andrews Sisters como canción emblemática de su candidatura sin que entrara en contradicción con la existencia de un himno más solemne y militante en el que incluso se superponía una grabación de Pablo Neruda recitando su poema “El pueblo lo llama Gabriel”. La influencia de los ritmos y canciones populares se hizo manifiesta también en esta ocasión con una versión electoral del corrido *Galopa, galopa* utilizada por el candidato derechista Fernando Alessandri, hijo de quién había logrado vencer al son del *Cielito lindo*. En esa ocasión el folclorista Nicanor Molinare, autor de composiciones muy populares, fue quién interpreto el *Galopa, galopa* manteniendo la idea de vincular a figuras del mundo artístico y del espectáculo a alguna candidatura. Esta elección, la de 1946, fue importante por que en ella resultó elegido por última vez un presidente radical y era la primera que se daba en ambiente de Guerra Fría. A la larga estaba terminando una etapa en el desarrollo político y social de Chile, que entraba en una esfera de influencia política y cultural marcada por la presencia de los Estados Unidos de Norteamérica. Además la participación política aumentó sostenidamente y en 1949 cambió de modo sustancial al obtener las mujeres el derecho a voto en las elecciones parlamentarias y presidenciales. Se llevo así al año 1952 con Carlos Ibáñez, el mismo coronel –y luego general- de los años veinte y dictador del fin de la década que decía ser una alternativa al mundo político tradicional utilizando recursos propagandísticos como el uso de la escoba para barrer con la corrupción o el slogan del *General de la esperanza*. En materia de música electoral se utilizan marchas para la campaña de Ibáñez, pues la orientación populista del candidato se reforzaba con esta imagen de hombre de acción, de orden y capacidad de mando. Sus rivales y especialmente el candidato de los radicales, que

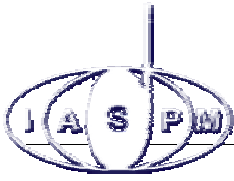


postulaban a la presidencia con uno de sus hombres por cuarta vez consecutiva, siguieron utilizando el recurso a la música popular de modo tal que este candidato utilizó un paso doble como símbolo de su campaña, recurriendo así mismo a temas mexicanos para criticar a sus rivales. A la larga triunfó el cambio de estilo, el populismo mitificador de Ibáñez y su cambio, del que los electores pronto se desilusionaron.

7. Desde 1958 a 1970 la situación cambiará en materia de elecciones. Las posiciones se hacen más claras tanto en las izquierdas como en el centro y las derechas que en ese año logran por última vez la presidencia por la vía electoral. En dicha elección comienzan a utilizarse técnicas de propaganda que se adaptan desde los Estados Unidos, con los equipos de creación de imagen y con el importante uso de *slogans* como recursos centrales, que hacen de estos comicios algo diferente a los anteriores. En esta elección las fuerzas de la izquierda agrupadas en el FRAP adaptaron un famoso canto partisano italiano, *Bandiera rossa*, para sostener la candidatura de Salvador Allende que participaba por segunda vez como candidato. Estuvo muy cerca de lograr la victoria, pero triunfó Jorge Alessandri, otro de los hijos de *El león*, con su gobierno de gerentes y técnicos. Al año siguiente la situación de Cuba cambió el escenario de América y por esa misma época comenzaban a cambiar las costumbres y los gustos musicales con el definitivo afianzamiento del rock and roll. En el terreno político se radicalizaron posiciones y emergió con fuerza la Democracia Cristiana fundada en 1957 sobre la matriz de la Falange Nacional. Este grupo mostró en los primeros años sesenta una importante capacidad para movilizar a las masas apelando en su discurso al fenómeno del cambio generacional que vivía el país proclamando la necesidad de un cambio revolucionario no violento ni dictatorial. De allí que en la elección de 1964 se apostara por una retórica centrada en la juventud. Sin embargo se trataba de una juventud militante, organizada y comprometida con un proyecto básicamente social cristiano. Es por esto que utilizaron como símbolo en dicha campaña una marcha de tono marcial que hizo las veces de himno de la trayectoria electoral del demócrata cristiano Eduardo Frei Montalva. El texto de la *Marcha de la Patria Joven*, interpretada por un coro masculino de tonos graves, señalaba: “Brilla el sol de nuestra juventud, la noche muere en el ayer, es el grito de las multitudes que nos llama a vencer Frei, Frei, Frei, Frei”. El estilo de este himno reflejaba el



carácter que la vida política estaba tomando en el Chile de los sesenta: la emergencia de proyectos excluyentes, la presencia de elementos de características mesiánicas, la confianza en la posibilidad de una radical transformación de la realidad presente con la invitación a una utopía mas o menos delineada. No era de extrañar que en esos años la militancia en los partidos adquiriera un grado de mayor disciplina y compromiso que con todo no aseguraron el control monolítico de las directivas de los conglomerados políticos sobre sus cuadros. Varios de ellos tuvieron dificultades con sus elementos jóvenes destacando en este sentido las serias divisiones, teñidas de ribetes escandalosos, que se dieron en el interior de la Democracia Cristiana a la sazón en el gobierno. A la larga se llegaría a una ruptura y al nacimiento de un nuevo partido el MAPU, ubicado en la izquierda política y alineado luego en la Unidad Popular. Un rasgo que caracteriza estos avatares del periodo es el hecho que predomina el tono de gravedad, de seriedad absoluta y de trascendencia coincidente con la aparición de un movimiento estudiantil universitario cargado de sentido de responsabilidad y del peso de la que se solía llamar “la historia”. Esta tónica contagiará la propaganda política y llevó a las candidaturas presidenciales de 1970 al uso de himnos y marchas de tono estrictamente marcial desechando las adaptaciones de la música popular “de consumo” y reduciendo considerablemente las parodias. Difícilmente se puede encontrar una elección donde el tono militante-militar esté mas presente que en ésta, disputada a tres bandas. La candidatura del demócrata cristiano Radomiro Tomic llevó como himno una marcha que planteaba desde su inicio ese tono trascendente y esa conciencia de oportunidad única pues se iniciaba declarando: “Ni un paso atrás juventudes, que en los planes de septiembre no hay lugar para el que dude, lo conquistado no se pierde” sección cantada por coro masculino al que seguía el coro femenino que decía “ni un paso atrás tu chilena, ni un paso atrás compañera, como un hijo va creciendo en nuestra bella primavera” para luego unirse ambos grupos cantando con un redoble de cajas de fondo “¡Ni un paso atrás, ni un paso atrás!, con Tomic avanzaremos. ¡Ni un paso atrás, ni un paso atrás! Palabra de hombre y también de Chileno”. Todo esto estaba precedido de una larga e impresionante introducción instrumental realizada con una banda de guerra al mejor estilo de los orfeones de las Fuerzas Armadas. La derecha apunto en esta elección a la candidatura del ex presidente Jorge Alessandri que era presentado como un hombre de experiencia,

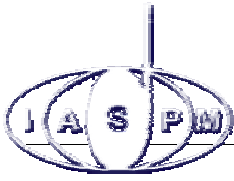


con capacidad de gestión y dotado de las cualidades que el país necesitaba: sería el restaurador del orden, el trabajo, la propiedad luego de seis años de descalabros para ese sector que había visto extinguirse sus partidos históricos, el liberal y el conservador, a mediados de la década y aún más grave para el sector, la Reforma Agraria. El himno de Alessandri apostaba a la restauración del orden y la prosperidad bajo la guía de un hombre sabio y experimentado. Su himno, siempre con tonos algo marciales tenía con todo un aire más alegre y afirmaba: “Flamearán en septiembre banderas, nuestra estrella confiada alumbrará y en coro las voces chilenas dirán Alessandri, ¡Alessandri volverá!”. La Unidad Popular contó con una marcha que tenía como estribillo “¡Venceremos, venceremos, mil cadenas habrá que romper Venceremos, venceremos con Allende en septiembre al poder” invitando a la movilización para llevar al presidencia a quién se presentaba en cuarta ocasión a la lucha electoral. El tono es enteramente militante y marcial, si bien existe una orientación popular y participativa tanto en el texto como en la interpretación que del himno hizo el conjunto Quilapayún.

Con todo la referencia a la canción popular masiva y mediatizada no estuvo ausente en 1970. Así la candidatura de la derecha utilizó algunas adaptaciones de música popular, de origen norteamericano, para presentar a “don Jorge, que es hombre valiente, a la pelea va a entrar” para poner en su lugar a la inflación y a una serie de otros males. La democracia cristiana había también buscado utilizar algo de música popular especialmente en el formato de cuecas y tonadas campesinas que buscaban destacar la obra realizada durante el gobierno de Frei, y de modo muy específico la reforma agraria. Por su parte la Unidad Popular utilizó el ritmo de la cumbia, entonces en pleno auge en los sectores populares, para insistir con el estribillo “de ti depende, de ti depende, que en septiembre, salga el doctor Allende”. Es importante considerar que Allende contó con el importante apoyo de los músicos de la Nueva Canción Chilena que participaron activamente en la campaña bajo el lema “no hay revolución sin canciones” Si bien algunos temas tenían un tono alegre y entusiasta predominó el tipo de composición caracterizada por el sentido solemne y trascendente. Cabe en esta línea destacar el aporte de los hermanos Parra, que habían participado ya en 1964 en la campaña de Allende, y que ahora compusieron significativos temas electorales destacando en especial el de Isabel titulado *En septiembre cata el gallo*, en el que el tono mesiánico que se asigna a la legada

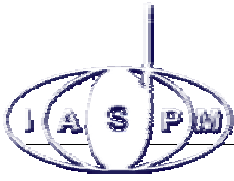
de Salvador (Allende) no deja de ser elocuente. Es significativo que también artistas de derecha y de centro se abanderaran con Alessandri y Tomic respectivamente. En el primer caso estuvieron algunos de los más conspicuos representantes del movimiento del Neo folklore, que habían tenido luego una trayectoria en la música popular comercial de inspiración extranjera o incluso participado en la llamada “nueva ola”, es decir el desembarco del rock and roll en Chile con sus ritmos aledaños. Estos artistas representados por el grupo *Los Bric a brac* compusieron canciones dedicadas a Alessandri, tomando textos de sus discursos como base para la composición de los temas entre los que destaca el titulado “Señor, usted será mi presidente”. Con la Democracia Cristiana se identificó el compositor y director de coro Vicente Bianchi y el cantante Pedro Messone por entonces en la cumbre de su popularidad.

8. Los primeros años setenta fueron particularmente intensos en la vida política nacional radicalizándose las posiciones con la aparición de grupos extraparlamentarios que postulaban la acción directa tanto en la izquierda con el MIR y en la derecha con el movimiento nacionalista Patria y Libertad. Ambos grupos se caracterizaron por su disciplina y orientación paramilitar, más vistosa en el segundo caso dadas las características fascistas de la organización. El fenómeno de radicalización también afectó a los partidos políticos con representación parlamentaria y así la radio y la televisión, además de una abundante prensa escrita, se convirtieron en campos de batalla verbales en donde se combatía sin tregua a un enemigo al que se debía derrotar a toda costa. La Unidad Popular se apoyó en importante medida en el núcleo de artistas identificados con la Nueva canción Chilena como los conjuntos Inti Illimani y Quilapayún así como los hermanos Parra, Víctor Jara, Rolando Alarcón y otros. El tono de denuncia de sus canciones de los años precedentes pasó a ser el de invitación a la construcción de un Chile nuevo, alcanzando en el disco de Inti Illimani *Canto del Programa* quizás su más clara expresión. También respondió a la contingencia con canciones que comentaban combativamente las incidencias de la política nacional asumiendo tonos decididos en la denuncia, la sátira e incluso la advertencia cuando no amenaza. La derecha y la democracia cristiana, aliadas durante buena parte del gobierno de Allende, recurrieron en cambio a los temas marciales de la tradición chilena, tales como himnos de ramas de las

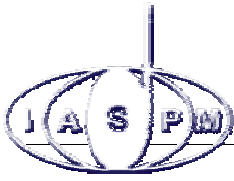


fuerzas armadas, o bien a las parodias. Significativa es la adaptación del famoso tango *Los muchachos de antes no usaban gomina* a las circunstancias de desabastecimiento con la letra cambiada por *Los muchachos de antes comían gallina*. Esta versión satírica proveniente del mundo de la democracia cristiana se complementaba con la parodia de temas sacados sea del film infantil *Chity Chity Bang Bang* o de la comedia musical *Hello Dolly* adaptados por la derecha para tratar el tema de la presencia de los interventores o del consabido desabastecimiento. En todos los casos se recurre a la música popular masiva y ampliamente difundida por las radios, sin correr riesgos apuntando a los temas oreja. En los grupos de la Nueva Canción se percibió que su música y estilo resultaba convincentes sólo para los ya iniciados, para los seguidores que desde los sesenta habían mantenido su adhesión a la canción social. Por ello también adoptan el estilo, los ritmos y formas de la música popular masificada y comercial aceptando incluso el lenguaje musical del pop argentino de notable influencia en la juventud de esa época. También la canción satírica, con referencias a ritmos populares de ambiente festivo se incorporaron al repertorio de grupos como Quilapayún que en las *Seis canciones contingentes* dan una clara muestra de esta capacidad mimética, estimulada por la necesidad de adaptarse a un mundo de consumo musical mas amplio y masivo. Algo similar sucede con el disco colectivo *No volveremos atrás* que pese a su título políticamente comprometido utiliza una mezcla de estilos de canciones que parece ser una gran concesión al gusto masivo determinado por los medios. Un ejemplo que plantea una vía intermedia entre ambos estilos es el del tema *La batea* que tomando un tema popular se convierte en un eficiente vehículo de significación política.

9. El 11 de septiembre de 1973 la historia de Chile y la de millones de chilenos cambió para siempre. La democracia que en el país había funcionado bien o mal de manera continua desde fines de 1932 terminaba con un cruento golpe de Estado y con el inicio de un régimen dictatorial que debía prolongarse por más de tres lustros y proyectarse aún por dos más en la vida política de Chile. El asesinato de Víctor Jara fue la señal de que comenzaba un periodo macabro para algunas expresiones de música popular de Chile y muy especialmente para los exponentes de la Nueva Canción Chilena. Los que sobrevivieron iniciaron su largo peregrinar en el exilio dando vida a canciones



que cumplieron una función política fundamental en la clandestinidad y a través de las transmisiones de onda corta. Apareció tempranamente *El pueblo unido jamás será vencido* todo un símbolo de la resistencia a la dictadura. A este tema se sumaron una larga lista de contribuciones de artistas que, privados del derecho a vivir en su país, y privado este país de la posibilidad de vivir en democracia, crearon hermosas canciones en las que se alternaban los tonos combativos con los nostálgicos. Isabel Parra escribió entonces su notable *Ni toda la tierra entera* que permanece como uno de los más sobrecogedores temas del exilio. En Chile la dictadura se apoderó de las radios y la prensa y utilizó los medios para afianzar su dominio no sólo con el terror sino también con la desinformación y la alienación. A las pocas semanas del golpe se editó un single que contenía dos temas emblemáticos de lo que serían los diecisiete años de dictadura: por una cara aparecía el tema *Mi general*, en el que se cantaba “es Chile que lo ha llamado mi General” justificando el golpe como también sucedía con la cara B del disco en donde estaba el tema *Alborada* dedicado a las Fuerzas Armadas que eran saludadas como las iniciadoras de una liberación, de la alborada de Chile en esa primavera que en verdad fue trágica. Menciono estos temas por que vienen a reemplazar la música electoral justificando el golpe, aplaudiendo el cierre de las cámaras y el receso de la actividad política. Interpretan las canciones un “Grupo vocal chileno” en el que sin embargo se reconocen a los mismos artistas que sostuvieron la candidatura de Alessandri en 1970 y de hecho dos de ellos, Antonio Zabaleta y Enrique Urquidi, son autores de los textos, si bien en *Alborada* Urquidi cuenta con la colaboración de Germán Becker, hombre ligado a la D.C.. En los setenta y primeros años ochenta un conjunto típico de larga trayectoria *Los huasos quincheros* asumió una suerte de identificación con el régimen militar no solo por haber representado al país en diferentes eventos, como la inauguración del mundial de fútbol de 1974, sino también por que algunos de sus integrantes tuvieron un papel central en las campañas de presentación de la imagen del gobierno en radio, televisión y prensa. Este material, hoy difícil de encontrar, presentaba un país apacible y en progreso sostenido utilizando una sugestiva música de jingle comercial. Esto último es uno de los legados mas duraderos de la dictadura militar: el reemplazo de la música con intención política por pequeñas creaciones de características de jingle. El propósito era inducir a un



consumo más que el dar espacio a la expresión de soberanía por medio de la libre expresión de opiniones.

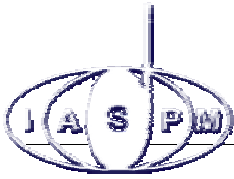
10. Los años de dictadura coincidieron con la difusión del cassette y las transformaciones que este medio provocó en el mundo de la música popular. Son también los años en que se produce la llegada de la nueva trova cubana, lo que constituyó un fenómeno que escapó de las manos de las autoridades militares. Ya iniciándose los ochenta el rock en castellano dio la posibilidad de que surgieran grupos con un lenguaje contestatario destacando en esta línea el grupo *Los prisioneros*. A mediados de la década, en 1986, varios sectores de la oposición a Pinochet aceptaron la constitución de 1980, que había sido aprobada en un plebiscito sin garantías. Eso significó la reapertura de los registros electorales y el camino a un nuevo plebiscito esta vez con igualdad de oportunidades para las opciones en pugna, el que se verificó en octubre de 1988.

Nuevamente apareció la música electoral, acompañada sin embargo de un formato nuevo, el del video clip pues se presentaba tanto en radio como en televisión. Los creativos de la “franja del No”, nombre que se daba al espacio gratuito de propaganda en televisión, apostaron a la esperanza, a la promesa de felicidad después de tantos años de dolor, muerte e injusticia y utilizaron el lema “la alegría ya viene” y el símbolo del arco iris como señales de identidad. La franja del Sí recurrió al miedo, especulando con lo que sucedería sin Pinochet como presidente y en su canción oficial insistió en un tema con características de música de spot en la que se repetía “Sí, digamos todos que sí, Sí, el país merece el sí, Un país ganador, sí”. La estructura del video era mucho más rígida que la de la franja rival, pues estaba centrada en la figura de Pinochet y en una serie de personajes de diversos ámbitos de la actividad que eran sus partidarios, los que aparecían en un estudio cantando el jingle y levantando sus pulgares en señal de aprobación. La opción No también utilizó lo que era ya no el lenguaje de la música popular masiva sino el de la publicidad pero lo hizo considerando con cuidado el peso de las imágenes, el tono de la canción y la incorporación de voces de muchas personas que se sumaban al mensaje cantado inicialmente por un hombre en la primera estrofa y una mujer en la segunda. El texto del tema del No decía: “porque digan lo que digan, yo soy libre de verdad, porque ya llegó la hora de ganar la libertad, Porque sin la dictadura, la

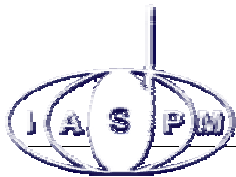
alegría va a llegar, porque pienso en el futuro, voy a decir que no” siguiendo inmediatamente muchas voces que cantaban “¡vamos a decir que no!” para luego corear con un apoyo de palmas “¡Chile, la alegría ya viene!”. El impacto de las imágenes sumado al efecto de esta música directa pero no militante ni marcial sino invitante y esencialmente social fue muy importante para el resultado del plebiscito con el triunfo de la opción No. Es importante sin embargo considerar que hubo en esta campaña, y en rigor en el periodo previo, una referencia explícita al mundo de la música popular mediatizada a través de la colaboración de artistas argentinos y chilenos que convirtieron el álbum *Voces sin fronteras* en un producto que llegaba más allá de la esfera del consumo musical. Canciones como *Ojalá*, *Todo cambia* y *La cigarra* se transformaron en manifestaciones de rechazo a la dictadura y la actitud de los artistas involucrados en ese proyecto contribuyó a afianzar esta orientación.

El escenario cambió de manera fundamental y al año siguiente volvieron las elecciones presidenciales y con ellas las campañas y su música. Sin embargo el legado de la época de Pinochet, ahora adoptado por sus opositores, creadores de agencias de asesorías de imagen y empresas de publicidad, fue el que primó. El lenguaje publicitario se impuso por sobre el de la propaganda y los modelos norteamericanos arrasaron con tradiciones criollas como las de la parodia o la adaptación de éxitos de la radio y el disco. De hecho la influencia norteamericana contribuye seguramente a explicar por que se pasó del “pueblo” a “la gente”, independientemente de la carga de sentido dada por la historia para el primero de los términos. La corrección del lenguaje político fue otro de los rasgos distintivos de este periodo de resurgimiento de las confrontaciones electorales.

Con pocas excepciones –quizá la más notable sea la canción *Chile te quiero* del Partido Humanista- la música electoral ha perdido sentido y es perfectamente conmutativa pudiendo reemplazarse el nombre de un candidato por el de uno de sus rivales sin grandes problemas. Los video clip son muy similares en todas las candidaturas desde la elección presidencial de 1993, alcanzando en la de 1999 un punto culminante. En esta elección el candidato que obtuvo la más baja votación, menos del uno por ciento de los sufragios, obtuvo sin embargo un éxito inesperado en materia de comunicaciones fundamentalmente a raíz de un pegajoso jingle electoral que alcanzó su mayor éxito entre los niños. Lástima para este candidato que ellos no tengan derecho a voto. La música



popular ya no crea canciones electorales pero aún juega un papel de comparsa en las campañas, esta vez como sí misma pues es ofrecida por los candidatos como regalo, como una forma de espectáculo promocional destinado a sus partidarios. Ya no es la adhesión partidaria o programática sino el pago lo que manda pues se trata de eventos con profesionales o semi profesionales, como ocurre con las batucadas utilizadas hasta el exceso en los últimos eventos eleccionarios. La cueca, la ranchera, la cumbia han vuelto a aparecer pero desempeñando roles secundarios, casi pintorescos. Muy lejos están las marchas e himnos que suponen una militancia activa y comprometida que representaban una sociedad diferente más conciente políticamente, con proyectos de sociedad más articulados y fundados en principios e ideas. En un país cada vez más escéptico respecto de la política, con un transformismo sorprendente y heredero de muchos legados de Pinochet, la música electoral es un argumento poco relevante, ligado a las agencias de asesoría de imagen y a las campañas publicitarias que a las propuestas de sociedad. Paradójicamente quienes hicieron un importante aporte a la recuperación de la democracia en la campaña del plebiscito de 1988 legaron también el estilo de propuesta electoral conmutativa donde no son las ideas y valores lo determinante sino más bien las imágenes y los slogans los que tienen la gravitación central. El elector no es apreciado como un sujeto político dotado de soberanía y llamado a participar en la construcción del futuro sino un consumidor de opciones que por otra parte buscan de una u otra forma uniformizarse, atenuando los rasgos distintivos que en otras épocas definían el espectro político. La solemnidad de otros tiempos ha sido desplazada por una retórica de la trivialidad, de las frases hechas pero carentes de contenidos profundos. El legado de Pinochet encontró, impensadamente, en los creadores de imágenes políticas una línea de continuidad en la que la exclusión política de la sociedad se hace más o menos manifiesta. Convertidos al modelo económico preponderante, dados a la corrección política y devotos del mercado quienes han diseñado las estrategias electorales de los últimos años, y con ello su música, no buscan actores sociales activos sino consumidores. Es tarea de la memoria hacer que se recupere el protagonismo de hombres y mujeres corrientes constructores de la historia y de la vida democrática, y la memoria musical no es ajena a esta tarea.



### Bibliografía de referencia mínima:

Sofía Correa et al, 2001.

*Historia del siglo XX chileno*. Editorial sudamericana Santiago de Chile

Rafael Sagredo 2001.

*Vapor al norte, tren al sur*. Dibam, Colegio de México, Santiago de Chile

Mario Góngora, 1981.

*Ensayo sobre la noción de Estado en Chile*. Ediciones la Ciudad, Viña del Mar.

Ricardo Cruz-Coke, 1984.

*Historia electoral de Chile 1925-1973*. Editorial Jurídica de Chile, Santiago de Chile