

# RELATOS *y datos*

## La música en *los comerciales*

Por Jorge Fernando Díaz Greene • [@jfdiazgreene](#)

La publicidad, desde que tengo uso de razón, ha marcado prácticamente toda mi vida y, seguramente, la de ustedes también, amigos lectores. Porque, ¿quién no recuerda algún producto, servicio o marca por la canción o instrumental usado para sus comerciales?



**MUCHAS, OBTIAMENTE,** fueron compuestas para dicho propósito. Pero, ¿qué pensarían si les dijera que otros tantos no? Aquí daré un ejemplo real de un comercial con una canción y un comercial con un instrumental.

El primero, es el comercial de televisión del refresco 7Up de 1986, con una pista musical muy movida y cuyas letras cantadas por una mujer y que daban a conocer a los televidentes las características de la bebida y el locutor comercial y actor de doblaje catalán naturalizado mexicano Alberto Pedret Gibert diciendo el eslogan: «7Up ¡La diferencia es clara!». Pasaron los años. En el año 2008, compré una recopilación de música de la década de los años 1980 llamado *Essential 80's 2* de tres discos compactos y DVD de la disquera Sony Music.

Cuando escuché la cuarta canción del tercer CD, la pista musical me sonaba similar a la de ese comercial. En cuanto comencé a oír a la cantante, la forma en que cantaba las letras eran similares a la del comercial. En ese momento, tomé el sobre donde estaba guardado ese CD y vi que el título de la canción era *Bette Davis Eyes* escrita por Donna Weiss y Jackie De Shannon e interpretada por Kim Carnes del año 1981. Es entonces que me di cuenta que, los que tra-

bajaron en la agencia de publicidad encargada de la producción de ese comercial, usaron dicha canción para promover el refresco 7Up.

El segundo, es otro comercial de televisión de la revista *Vogue* de mayo de 1991. Mientras se escuchaba la voz del locutor Enrique Ponce de León que daba a conocer el contenido del ejemplar del mes de esa revista y diciendo el eslogan «Vogue... Un encuentro con el estilo», se escuchaba un instrumental que quedaba ad hoc para el comercial. Pasaron los años. En el año 2006, tuve la oportunidad de visitar las instalaciones de Radio 6.20. Sin embargo, en esa ocasión, mi principal objetivo era entrar a la tienda a comprar la colección de tres discos compactos llamada *La Colección de Oro de la Música que Llegó para Quedarse*.

En cuanto entré a la tienda, me fijé que, además de tener a la venta esos discos, había otros más. Como me alcanzaba para comprar uno o dos discos compactos más, estuve viendo cuáles tenían a la venta. En cuanto vi que tenían una recopilación de dos discos compactos de la disquera Universal Music Group, que se vendían por separado (el primero es del año 2004, no tenía número de volumen, pero tenía los títulos de algunas canciones incluidas en ese volumen; el segundo, del año 2005, tenía el volumen 2 abreviado y con el 2 en número romano debajo del título en el lado izquierdo con la leyenda «Versiones originales»), y que decían en inglés *Thanks for the Memory* o *Gracias por el Recuerdo* en español, me recordó al espacio homónimo que conducía en la emisora el ingeniero y locutor Raúl Vega de 1981 al año 2001. Espacio que, en un principio, era cápsula de 1981 a 1991. Después, como programa de media hora de 1991 al 2001. Al final de su intervención en la cápsula, y en el programa para dar inicio al bloque musical, decía: «Esto es motivo para decir... Gracias por el recuerdo». Sin pensarlo dos veces, decidí comprar ambos volúmenes.

Al llegar a casa, me puse a escuchar el volumen 1. En cuanto llegué a la quinta pista del CD, escuché aquel instrumental que habían puesto en el comercial de la revista *Vogue*. En ese momento, tomé la tapa del CD y vi que el título del instrumental era *One More Time* (no confundirlo con la canción interpretada por el recién separado dúo francés de french house Daft Punk, grabada en 1998 y lanzada el 13 de noviembre del 2000)







escrito e interpretado por el músico inglés David Rose del año 1960. Es entonces que me di cuenta que, los que trabajaron en la agencia de publicidad encargada de la producción de ese comercial, usaron dicho instrumental para promover la revista.

La pista 7 de ese mismo CD, es la versión instrumental del músico británico Frank Chacksfield para el tema *Thanks for the Memory* de la película *The Big Broadcast of 1938* del año 1938 escrito por Ralph Rainger y Leo Robin. Versión que, precisamente, se usaba como música de fondo durante las intervenciones del ingeniero y locutor Raúl Vega en «Gracias por el Recuerdo».

Por cierto, ¿saben cuáles fueron los temas utilizados como rúbricas de inicio y cierre del espacio *Gracias por el Recuerdo*? La rúbrica de inicio era la versión instrumental de Frankie Carle grabada entre 1944 y 1949 para el tema *Listen to the Mocking Bird* escrito en 1855 por Septimus Winner, bajo el seudónimo de «Alice Hawthorne», y Richard Milburn. La rúbrica de cierre fue el tema instrumental *Kaye's Melody*, escrito por Sammy Kaye e interpretado por Sammy Kaye y su orquesta Swing & Sway en 1948.

Para finalizar esta primera parte de la música no compuesta específicamente para los comerciales, durante los últimos años, nos hemos dado cuenta que

YouTube ha llegado a silenciar muchos vídeos recopilatorios de comerciales de décadas anteriores a los años 2000. Esto se debe a que las leyes de Derechos de Autor han sido muy rígidas al no permitir que, el creador de dichos vídeos recopilatorios, obtenga ganancias usando cualquier material fonográfico registrado ante instituciones que protegen los derechos de autor. Antes, las leyes de derechos de autor no eran tan estrictas como ahora. Es por esa razón que, en la publicidad, la práctica de usar cualquier instrumental o canción que los publicistas adaptaban sus letras para resaltar las características y beneficios de los productos o servicios que la marca que se anunciaba ofrecía, era muy frecuente.

Actualmente se sigue haciendo dicha práctica bajo el uso de licencias musicales. Las cuales, son permisos legales documentados que conceden a los portadores el uso comercial de una canción bajo unas determinadas circunstancias previamente acordadas y de qué tipo es. Los tres tipos más frecuentes son: Comunicación Pública, Reproducción y Teatral. En la segunda parte, conoceremos otros comerciales en los que se usa dicha práctica. Hasta la próxima. ■