



RELATOS Y DATOS

LA MÚSICA EN LOS COMERCIALES (PARTE 2)

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

Es el turno de mostrar otros comerciales en los que las agencias de publicidad llevaron a cabo la práctica de usar cualquier instrumental o canción y adaptar sus letras para resaltar las características y beneficios de los productos o servicios de la marca anunciante. Esto, bajo la licencia musical de tipo Comunicación Pública.

QUIÉN NO RECUERDA el programa *En Familia?*

El cual, fue conducido y producido por el actor, cantante, comediante, director y productor estadounidense de origen mexicano Xavier López Rodríguez, mejor conocido como «Chabelo», y que estuvo al aire de 1967 al 2015 en XEW-TV Canal 2 de televisión abierta perteneciente actualmente a Televisa. Domingo a domingo, veíamos a «Chabelo» cantar al principio y al final del programa, divertir al público y a los televidentes con sus ocurrencias, presentar artistas invitados y, por supuesto, anunciar los productos de sus patrocinadores haciendo demostraciones y organizando concursos premiando a los concursantes con premios dependiendo si ganaron el primer o segundo lugar y una dotación de los productos de sus patrocinadores.

Pues bien, uno de sus patrocinadores fue Muebles Troncoso, la cual, sigue vigente. Aunque, en algunas ocasiones dicha mueblería dejó de patrocinar el programa y tomaron su lugar las desaparecidas mueblerías B&B Hogar y Hermanos Vázquez. La mención de Muebles Troncoso que se hacía durante el programa, consistía en que el locutor Jorge Alberto Aguilera describía al concursante en turno, ya sea durante el espacio de Muebles Troncoso o en las «Katafixias», la sala, recámara o antecomedor que podía ganarse en el concurso, después de ser el ganador en la «Katafixia» o cuando dicha «Katafixia» fue rechazada por los concursantes.

Mientras Jorge Alberto Aguilera describía el mueble en cuestión y mencionaba que se vendía en cualquiera de las sucursales de Muebles Troncoso, se escuchaba el tema instrumental que, en algunas ocasiones, llegó a presentarse en los créditos del programa como *Jingle Muebles Troncoso* y en otras bajo su verdadero título que es *Voyage of No Return* o *Viaje Sin Retorno*, escrito e interpretado por el músico argentino Bebu Silveti de su álbum *Spring Rain* o *Lluvia de Primavera*, grabado en 1976 y publicado en 1977 bajo diferentes sellos discográficos en diferentes años y alrededor del mundo: Hispavox en Sudamérica, Sudáfrica, España, Francia,

Italia, Japón, Australia y Nueva Zelanda; Gamma y EMI Music México en México, Unidisc en Canadá; Big Break Records en el Reino Unido de la Gran Bretaña; y los sellos discográficos Discos CBS International, Octave Lab, Salsoul Records y Frankford/Wayne Mastering Labs en Estados Unidos de América y Japón.

Actualmente, en México, los derechos del álbum pertenecen al sello discográfico *BMG Rights Management (US) LLC* de Sony Music. La edición que se vende actualmente contiene 9 temas. De los cuales, dos son las versiones del álbum y del sencillo de *Spring Rain* o *Lluvia de Primavera*. En la edición actual de este álbum, se excluyó el tema *La Luna, El Acantilado* y *Tú*. El cual, estaba originalmente incluido para las primeras ediciones vendidas en México, Sudamérica y España.

Ahora, tenemos a la llantera estadounidense Uniroyal que, en nuestro país, además de vender las llantas, tenía sus centros de servicio llamados «Tecniceiros Uniroyal». En donde, además de colocar al automóvil las llantas adquiridas por el cliente, hacían alineación, balanceo y rotación de los ejes del automóvil por computadora. Actualmente, Uniroyal fue vendida en 1990 a la fábrica francesa de llantas Michelin, la fabricante de llantas más grande a nivel mundial. Sin embargo, en 1979, la división europea, que fue una fusión de la llantera Uniroyal con la llantera belga Engelbert formando



Uniroyal Engelbert, fue adquirida por la fábrica alemana de llantas y componentes de automóviles Continental AG. Es decir, Michelin es propietaria de la marca a nivel mundial con excepción del continente europeo bajo el nombre Uniroyal Tires, ya que Continental es propietaria de la marca en esa región bajo el nombre Uniroyal Tyres. Además de vender llantas de las marcas Continental Tire y Uniroyal Tyres, posee en su catálogo la marca General Tire que, en México, era conocida como General Popo. Pues bien, durante las campañas publicitarias de Uniroyal durante los años 1980 y parte de los años 1990, se utilizó el tema instrumental *Axel F* escrito e interpretado por el músico y compositor alemán Harold Faltermeyer para la película *Beverly Hills Cop* o, como la conocimos en México, *Un detective suelto en Hollywood* de 1984 estelarizada por el actor, director de cine, comediante y cantante estadounidense Eddie Murphy.

Finalmente, tenemos a la fábrica de Ron Bacardí fundada por el español Facundo Bacardí Massó que, en un principio, fue establecida en Santiago de Cuba en 1862. Sin embargo, en 1960, durante la Revolución Cubana, la fábrica fue incautada y los descendientes de Facundo Bacardí Massó fueron exiliados a los Estados Unidos de América. Sin embargo, la fábrica se estableció en Puerto Rico y se establecieron filiales en Bermudas, la cual se convertiría en los cuarteles generales de la compañía, México y Miami, Estados Unidos de América.

Además de poseer la marca de ron Bacardí, la compañía posee marcas de otros rones y otras bebidas como el Ron Castillo, Tequila Cazadores, el Whisky escocés William Law-son's, el Vermouth Martini & Rossi, el Cognac Baron Otard y el Vodka Eristoff. Uno de los productos que se encuentra en el portafolio de Bacardí es Bacardí Solera 1873. Durante las campañas publicitarias de los años 1990 y principios de los años 2000, se utilizó el tema principal de la película *Si c'était à refaire* del cineasta, productor, guionista, escritor y actor francés Claude Barruck Joseph Leouch de 1976.

El tema fue compuesto e interpretado por el músico y compositor francés Francis Albert Lai con arreglos de Christian Gaubert. Uno de los comerciales más recordados de esa campaña fue el de una sesión de firma de libros. Cuando el autor del libro le pregun-



tó a un hombre que se colocó detrás de él su nombre para firmar el libro, el hombre le puso la mano en el hombro izquierdo. Entonces, el autor tocó la mano del hombre, se levantó, lo miró de frente y exclamó «¡Papá!», mientras que el hombre exclamó «¡Hijo!». Ambos se abrazaron.

Después, se mostraba que la sesión de firmas había terminado y familiares y conocidos del autor celebraron el momento y se sirvió Solera de Bacardí. Luego, el padre le pidió a su hijo que firmara el libro y éste lo firmó. Acto seguido, salió una mano sobre un vaso indicándole al que servía la Solera que no le sirviera más.

Finalmente, apareció la botella de Solera en medio de un vaso servido de Solera con hielo y el libro del autor. Mientras esto sucedía, se escuchaba el tema y al locutor diciendo lo siguiente: «Hay momentos con un sabor tan especial que quedan para siempre. En Bacardí y Compañía vivimos un momento similar en 1873 cuando perfeccionamos La Solera. Calidad que rige nuestra excelencia en el mundo entero. En esos momentos de orgullo evite el exceso. Conserve la armonía».

Curiosamente, durante la primera mitad de los comerciales, se usaba la segunda parte del tema y durante la segunda mitad de los comerciales, se usaba la primera parte del tema. Esto hizo pensar a mucha gente en México durante muchos años, incluyendo a un servidor, que el tema iniciaba como en los comerciales Bacardí Solera 1873.

En la tercera y última parte de este tema, conoceremos otros comerciales en los que se usa dicha práctica. ■