

“Storytelling”, el éxito de los artistas musicales a escala mundial

Carlos Chirinos, profesor de la Universidad de Nueva York, imparte charla sobre la música como cambio social, durante FIMPRO 2019

En la época del *streaming*, los artistas musicales que están en la cima mundial se han abanderado en causas sociales que sus seguidores han respaldado. Es así como su música, sin importar el género, ha generado gran impacto.

Sobre esto charló Carlos Chirinos, académico de la Universidad de Nueva York y Director del Laboratorio de Música y Cambio Social de dicha institución, durante el inicio de actividades del Festival Internacional de la Música para Profesionales (FIMPRO), este martes por la mañana.

“Se creía que el negocio era hacer dinero por hacer; ahora el paradigma del siglo XXI es que el negocio, lo que debe generar, es valor para el consumidor. Estudios en consumidores revelan que prefieren productos que tengan que ver con el impacto ambiental y el impacto positivo en la sociedad; eso es lo que los consumidores están pidiendo en este momento”, indicó.

Ante músicos, empresarios e interesados en la industria musical, congregados al interior del Edificio Arroniz de la Secretaría de Cultura de Jalisco, Chirinos ejemplificó que artistas como Lady Gaga y la banda de k-pop BTS son tan sólo dos conceptos, cuyos exponentes se asumen como parte de una lucha por el cambio social.

“La banda surcoreana BTS es un producto creado por la empresa Big Hit Entertainment, cuyo lema es ‘Música y artistas para sanar’. El año pasado estuvieron en la campaña ‘Love myself’ de la Unicef, donde ellos promueven la salud mental, la lucha contra la depresión y el *bullying*; esa es una campaña que ha recaudado millones de dólares. BTS conectó con un público joven, que no está consciente de ese tema”, externó.

Lady Gaga ha compartido en repetidas ocasiones las experiencias de *bullying* que vivió por años por ser ella misma. “Es una artista muy interesante, su mensaje de *storytelling* ha sido sobre la salud mental. Su fundación ‘Born this way’ es para apoyar la salud mental en jóvenes del mundo”, informó Chirinos.

Las redes sociales de esta artista norteamericana, dijo, están llenas de mensajes donde habla de dicha causa, y poco se lee de promoción de escuchar o comprar su música.

En Latinoamérica Manu Chao es un ejemplo de música para el cambio social, quien tiene una actividad fuerte en contra de la empresa Monsanto; de igual forma, la banda colombiana Bomba Estéreo ha adoptado una narrativa clara sobre la conservación ambiental.

“El *storytelling* es la historia (la letra, música o videos), junto con la narrativa (actitudes, opiniones y posición crítica), que dan elementos de conversación del artista con la audiencia, que ya no es solamente conectada con la canción”.

Otros artistas que están en el top global de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica y que se han vuelto iconos de distintas causas son Drake, Ariana Grande, Post Malone, Ed Sheeran, Eminem, Imagine Dragons y Bruno Mars.

El académico indicó que antes los líderes sociales tendían a ser políticos, pero ante la falta de confianza por el sector privado y las autoridades, aparecen los músicos y artistas, pues éstos, mediante su obra, “usan un lenguaje que conecta con los individuos. El artista sabe cómo hablarle a la gente”.

Su éxito, dijo, se caracteriza por ser “buenos en responder a sus audiencias, y tienen un capital social que es la capacidad de asociarse con temas positivos, también llamado *celebrity capital*, que se canjea en un mayor consumo de sus temas, dinero, ser representante de marcas, etcétera”.

Recordó que el “cambio social” se refiere a las condiciones sociales o culturales que requieren un cambio para el respeto de los derechos humanos y mejora del medioambiente, y que la música resulta un vehículo ideal para que los escuchas se apropien del mensaje. “La música genera un mensaje entendido por una comunidad que comparte el mismo idioma y valores culturales”, subrayó Chirinos.

Explicó que la música es una experiencia personal que habita en la mente de la persona que la vive; por lo que, al ser una experiencia, tiene varios componentes: “Personales y mismas que son emocionales (refieren a sensaciones y sentimientos), físicas (si se sale a una fiesta, concierto, espectáculo y se baila y suda), intelectuales (porque la música nos hace pensar sobre cosas y problemas que nos atañen) y espirituales (nos conecta con una parte energética incluso)”, recalcó.

Durante la charla los presentes cuestionaron sobre las posturas políticas que toman los artistas y el impacto que tienen en sus proyectos.

“El *storytelling* define la estrategia de social media, y ésta es en parte la historia del héroe, que es afectado en su niñez. El artista es el nuevo héroe contemporáneo porque tiene el poder de conectar con la audiencia cada día, cada hora, y a través de ese cuento pueden mantener la atención. En la época del *streaming* la atención es el único capital”, describió.

El reto de ser escuchados

En esta jornada de la FIMPRO 2019, Carlos Chirinos participó en la conferencia “Autogestión y tecnología, una revisión al futuro de la industria independiente”. Durante este encuentro platicó sobre los retos que tienen los músicos emergentes para hacer notar su trabajo en el gran océano del *streaming*.

“Hay mucho material y poca atención del público. El reto es la conexión con el público que está sobresaturado de material. A nivel de políticas públicas, el problema es que los artistas no están siendo remunerados de forma igualitaria. Más de 95 por ciento de las canciones más escuchadas en Spotify abarcan sólo 5 por ciento de los talentos que están en la plataforma”, dio a conocer.

A t e n t a m e n t e

"Piensa y Trabaja"

Guadalajara, Jalisco, 28 de mayo de 2019

Texto: Iván Serrano Jauregui

Fotografía: Abraham Aréchiga

Etiquetas:

[Carlos Chirinos](#) ^[1]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/storytelling-el-exito-de-los-artistas-musicales-escala-mundial>

Links

[1] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/carlos-chirinos>