



## la página de SERGIO VODANOVIC

**¿**ERA una ilusión engañadora? ¿Un espejismo en la proyección del tiempo? ¿Estaremos cayendo, nosotros también, en el tópico tantas veces criticado de que "todo tiempo pasado fue mejor"?

No lo sé.

Lo cierto del caso es que tenemos la impresión de que los "ídolos" de hoy son más fugaces que los "astros" de antaño; que tan pronto aparece una canción o un cantante que acapara la atención del gran público, muy luego la canción se desvanece y el cantante se eclipsa.

Recordamos a un Gardel, por ejemplo, y evocamos los años que permaneció en la celebridad; cómo la muerte trágica truncó una carrera artística que se mantuvo y cómo, a través del tiempo, su voz aún nos emociona.

Hace poco estuvieron en Chile Pedro Vargas y Tito Guízar. Sus nombres no estaban olvidados. Sus canciones permanecían vivas.

¿Sucede o sucederá lo mismo con los ídolos de hoy?

Todo parece decirnos que no.

# EL IDOLO "PERECIBLE"

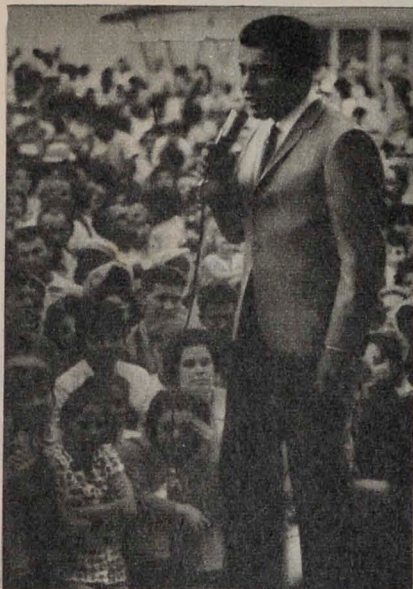
Hay que hurgar en la memoria, revisar antiguas publicaciones, para recordar los nombres de estos "ídolos", que hicieron prorrumpir en bulliciosas manifestaciones a sus admiradoras, que en un breve momento parecieron concitar la atención de todos. Si algún programa radial en una de las tantas "audiciones de recuerdo" vuelve a tocar sus grabaciones, ninguna evocación parece surgir de sus melodías, apenas si la desvaída imagine de un ritmo pasado de moda.

¿Por qué, por qué sucede esto ahora?

**P**ARECE ser un signo de nuestros tiempos.

El mismo hecho, con muy pocas variantes, se produce en otros aspectos de la actividad del hombre.

A la sociedad contemporánea se la ha llamado la "sociedad de consumo".



La revolución industrial trajo consigo la producción masiva y el consumo masivo. Y para que este proceso funcione y no traiga consigo la ruina económica es necesario producir más y consumir más. Y ello implica que tenemos que desechar las cosas que tenemos para comprar nuevas. Sirvan o no las antiguas.

En todos los países industriales hay montada una gran maquinaria publicitaria, destinada a hacernos sentir que las cosas que poseemos están obsoletas, que no nos sirven, que debemos comprar el último modelo de refrigeradores, lavadoras automáticas y automóviles...

Más aún, los técnicos en productividad realizan estudios, a grandes costos, para producir una mercadería perecible, algo que sirva por un tiempo prudencial y que nos obligue a botarlo después.

Este es el sistema y en él estamos. Sus resultados pueden ser discutibles en el campo de la economía y en su aplicación "a las cosas". Pero es inaceptable trasladado a la órbita de los afectos, de las relaciones humanas, del campo del arte.

Sin embargo, se ha trasladado.

**A**SI como Emerson decía que el genio era un 99 por ciento de transpiración y un 1 por ciento de inspiración, bien podríamos decir que el cantante-ídolo es un 1 por ciento de talento y un 99 por ciento de promoción.

Ídolo, según el diccionario, es: "figura de una falsa deidad a que se da adoración", y, también, en forma figu-

rativa, "persona o cosa excesivamente amada".

"Falsa deidad" y, como tal, fabricada, manipulada, disfrazada. Pero lo grave es que esa invención es "excesivamente amada". Grave porque significa que ese "excesivo amor" está dedicado a algo transitorio, a una simple apariencia, a una sombra huidiza y desvanescente.

Así, las nuevas generaciones se están acostumbrando a dar su afecto, su admiración y su amor a imágenes que tan pronto llegan a imponerse principian de inmediato a declinar para dar paso al "ídolo" de turno.

No hay valores permanentes. Ni siquiera posibilidad de recordar. Nada parece calar hondo y aún el suspiro de otrora, que según los poetas cursis de ayer "nacía del alma", es ahora reemplazado por un chillido tan epidérmico como el que se emite al sentir sobre la piel el primer choque de un mar frío.

Los promotores de la mercadería "perecible" han inventado también al "ídolo perecible". Y han hecho bien en llamarlo ídolo y no astro, como se decía antes.



El astro permanece en el firmamento. El "ídolo" en cuanto se deteriora el barniz de su máscara es reemplazado por otro.

**E**L asunto no tendría mayor importancia y sólo sería un tópico de conversación acerca de cómo cambian las características de las épocas, si no trajera consigo un malentendido de implicancia moral.

Los admiradores de estos "ídolos" fugaces y centellantes parecieran creer que todo en la vida tiene iguales características. Que nada existe de permanente, de hondo, de valor absoluto.

Y de esta imagen del "ídolo perecible", abrumado por un excesivo amor de sus admiradoras que apenas si durará una temporada, tal vez podamos explicarnos por qué un grupo de jóvenes pudo pensar que la procreación podía ser un "show" y que otros crean que la manifestación más profunda del amor pueda también servir como trampolín para una precaria, triste y sordida publicidad de unos días.