

El negocio oculto del rock and roll

Un curso de verano de la UA analizará desde la perspectiva empresarial este género musical de masas

Entre los consagrados ponentes del programa docente destaca la participación de Juan Pablo Ordúñez, conocido como 'El Pirata', de la emisora Rock FM

■ ENEAS G. FERRI

ALICANTE. De la misma manera que algunos programas de radio y televisión se preguntan por los fenómenos paranormales o por la magia se podría preguntar por el negocio de la música de masas. ¿Ficción o realidad? Aunque las estrellas del rock se sumergen en un halo de misticismo, de libertad, de éxito y de vivir la vida como si cada día fuese el último y de ahí que miles de personas quieran ser como ellas y triunfar en el rock. ¿O quizás no? Quizás, realmente esas míticas bandas tienen detrás un completo trabajo empresarial que determina su público, vende un producto de melena al viento y ceñido vaquero e, incluso, determina su arte y estilo con el mismo propósito que cualquier pyme o gran empresa: vender un producto.

Estas son las fronteras en las que se moverá el programa docente de 'Rock and Roll business', un completo y atractivo curso de verano de la Universidad de Alicante que se celebrará entre los días 20 y 23 de julio en el campus de San Vicente del Raspeig. Dirigido por los profesores Paloma Taltavull y Antonino Martín, contará entre sus ponentes con seis expertos y estudiosos de la materia además de un invitado de honor, Juan Pablo Ordúñez. Por este nombre serán los menos aquellos que reconocen al ponente, pero por 'El Pirata' de Rock FM, uno de los más veteranos locutores del género en España, la cosa cambia.

Su voz acompaña cada mañana a muchos los radioyentes que optan por despertar con el rock, los programas de actualidad musical y las noticias frescas en lugar de otros formatos más recurrentes. Sin embargo, en Alicante analizará su oficio desde otra perspectiva, la económica, y abrirá un posterior debate con los alumnos y otros ponentes.

Pese a los 43 años de profesión que atesora Ordúñez, su excéntrico pero simpático carácter le hacen poner en preaviso a sus alumnos: «Quien quiera forrarse hablando de rock en la radio, que empiece a correr y se busque



otra cosa». 'El Pirata', que atendió ayer a 'La Verdad', ofrecerá la conferencia 'Las estrellas del rock en las emisoras de radio: algunas lecciones para emprendedores', en la tarde del lunes 20 de julio.

Sobre la ponencia, resume que el contenido tratará a grandes rasgos «cómo funciona la radio que trata las estrellas del rock, contaré algunas anécdotas y hablaré de lo difícil que es económicamente realizar grandes proyectos». No obstante, dado que al final de la sesión abrirá el tema a debate con los presentes, confiesa que será un placer este momento por que «la universidad de Alicante es pionera en tratar temas del rock y, además, de manera original como en este curso». En el mismo sentido recuerda que hace unos años ya participó en otro «excepcional curso» que dirigió el profesor Kiko Mora y con este «han vuelto a hacer un gran trabajo».

Por su parte, Antonino Martín, director del curso junto a Paloma Taltavull, explica que «el curso trata el rock and roll desde el concepto de negocio. Suele llamar la atención la fachada en los grandes grupos musicales, pero detrás hay un amplio trabajo empresarial».

«Los Rolling Stones, AC/DC o U2, por ejemplo, funcionan como grandes empresas que gestionan una gran marca con las peculiaridades propias del sector», añade el profeso.

No obstante, el enfoque que aportan los directores propone una doble dirección: la del negocio y la del recorrido artístico. El curso está dirigido a «alumnos y profesionales de sectores como la administración de empresas y el derecho, pero el contenido es también para aficionados a la música, gestores culturales o estudiantes musicales porque es más un análisis conjunto que técnico», explica Martín.

Esta forma de tratar los contenidos se explica en gran parte por la propia manera de gestión del mercado, donde «hay artistas que delegan todo el trabajo empresarial en expertos, otros que están en parte de esta gestión y otros que directamente llevan

tanto lo empresarial como la creación musical», indica el experto universitario.

Resultan llamativas algunas ponencias como la que impartirá Kiko Mora, que bajo el título de 'Negocios de familia: Jacksons 5 y AC/DC', analizará cómo formaciones que presen-

tan lazos familiares gestionan de manera muy distinta sus negocios.

Otros puntos del programa como las ponencias 'Cómo cuidan su marca las estrellas del rock: el marketing de Kiss' o 'Las estrellas del rock nos enseñan a convertir clientes en (fans)', ambas a cargo de Cande Sánchez, analizarán la relación con el público, de la misma manera que Marisol Martínez indagará en la figura de uno de los más grandes del rock, Freddie Mercury, y su particular imagen y facilidad para involucrar al público en sus conciertos con la conferencia 'Siete lecciones de Freddie Mercury a los emprendedores para hablar en público'.

Con 15 horas lectivas, todavía quedan algunas plazas libres para participar en el curso por 50 euros para estudiantes y desempleados y 80 para el resto.

