

¿Deberían usarse los nuevos medios principalmente
como apoyo a las interpretaciones en vivo? por Gerald Mertens (Alemania)

Señoras y Señores, queridos colegas,

Por favor, permítanme empezar mis consideraciones a este tópico con tres cortas preguntas y tres cortas respuestas:

Pregunta 1: una interpretación de la 9ª Sinfonía de Beethoven o del "Carmina Burana" de Carl Orff, ¿necesita el uso de los nuevos medios además de la orquesta, el coro, los solistas y el director para tener éxito? La respuesta es: ¡No!

Pregunta 2: la interpretación escénica de las óperas de Wagner "El Holandés Errante", "La Valkiria" o "El Ocaso de los Dioses", ¿necesitan una proyección de video en el escenario con olas, nubes o fuegos? La respuesta es: podría ser, pero no necesariamente.

Pregunta 3: el uso de una película o una proyección de video en un concierto ¿podría facilitar un mejor acercamiento y comprensión de una pieza musical? La respuesta evidente es: ¡Sí!

Tres escenarios casi idénticos, pero tres respuestas diferentes.

Permítanme comenzar con el tercer ejemplo. La Orquesta Sinfónica de Chicago (CSO) desarrolló un nuevo formato de concierto en la temporada 2006/2007. El título: "CSO más allá de la partitura – Música Clásica – al descubierto". La orquesta y el director (en este caso, Pierre Boulez) aparecían junto con dos actores como locutores. La sala se oscurece, empieza una película. 1914: Escenas documentales del comienzo de la Primera Guerra Mundial. Soldados que mueren, campos de batalla devastados. En un dialogo dramático, los dos locutores comentan en vivo el desarrollo de la historia, anotaciones de diarios, poemas. Fin de la guerra. 1920: vista de Hungría, vista de Budapest. Vemos el colapso tras la Primera Guerra Mundial, el fin de la monarquía Austro-Húngara, disturbios políticos, asesinatos. La película muestra imágenes y pinturas que reflejan esta etapa. Durante la película, la orquesta comienza a tocar la excitante obra de Bartok "El Mandarín Maravilloso". Compuesta en 1919, Bartok explica en la música la agitación social de su tiempo junto con la historia de una prostituta. Se conduce al público, sin previo conocimiento, al tiempo en que se originó la partitura. Este y otros proyectos similares de la Orquesta Sinfónica de Chicago han recibido excelentes críticas y proporcionan, aún a una audiencia de expertos, aspectos completamente nuevos de una composición reconocida.

Mi recomendación: naveguen por internet. Con Google o Youtube, busquen "CSO Beyond the Store".

La producción de la película fue muy cara y naturalmente no ha proporcionado beneficios financieros. Pero la CSO quiere autorizarla por todo el mundo para posteriores actuaciones con otras orquestas. Uno espera conseguir beneficios a medio plazo con estas autorizaciones. Próximas obras en esta serie son "Vida de Héroe" de Richard Strauss, el Concierto para Piano nº 27 de Mozart, "La Consagración de la Primavera" de Strawinsky y la 4ª Sinfonía de Shostakovich. Desde mi punto de vista, es un proyecto que marca tendencias y un muy buen ejemplo de cómo los nuevos medios –en este caso, una película– pueden dar mayor dimensión a una presentación en vivo de música clásica con una orquesta.

Importante: con esta nueva forma de presentación, se aborda de igual manera al público aficionado y al neófito –que no tienen conocimientos previos importantes–. Es importante también tener en mente que la sala debe disponer un buen equipo de video y sonido.

Volvamos al segundo ejemplo: el uso de una película o vídeo en la ópera y en el escenario. En los últimos años ha habido un rápido desarrollo en el área de la proyección y la tecnología láser. Como los nuevos equipamientos técnicos (hardware y software) son bastante caros, sólo los grandes teatros y óperas pueden permitírselo. Pero cuando los medios técnicos están disponibles, ¿por qué representar la ópera de Wagner El Holandés Errante sin altas olas en el vídeo? La producción en el Festival de Bayreuth de El Holandés Errante sería inconcebible sin una proyección de vídeo.

Sin embargo, de ambos ejemplos (Chicago y Bayreuth) surge un claro peligro: si grandes orquestas y óperas marcan nuevas tendencias y estándares por la implementación de nuevos medios y nuevas técnicas, existe un riesgo de que orquestas y salas de conciertos más pequeñas no sean capaces de

**1st FIM
INTERNATIONAL
ORCHESTRA
CONFERENCE**

Berlin
April 7-9, 2008



**Musicians of today,
orchestras of tomorrow!**

SPEECHES



mantenerse, particularmente por razones financieras, cuando la demanda del público crece cada día.

Miremos el desarrollo de las grabaciones de sonido en el pasado: disponer de unas fantásticas grabaciones de las mejores orquestas internacionales contribuyó a un incremento de la demanda de altos estándares técnicos y musicales por parte del público. Esto supuso una presión creciente a las orquesta pequeñas y medianas de todo el mundo. Consciente o inconscientemente, el público compara su orquesta local con las grabaciones de las Orquestas Filarmónicas de Viena, Berlín o Nueva York que tiene en su estantería. A largo plazo, esto induce a una comparación injusta que pone a las orquestas más pequeñas en una situación desventajosa.

Sin embargo, a consecuencia de esta competencia, los estándares artísticos de orquestas regionales han ido elevándose continuamente durante los últimos años. Tengo la firme convicción de que el desarrollo de nuevos medios y tecnologías no puede sustituir a la experiencia de un concierto en vivo de una orquesta.

Volvamos al primer ejemplo: la 9ª Sinfonía de Beethoven o el Carmina Burana de Carl Orff. Su interpretación no necesita el apoyo de nuevas tecnologías. Pienso que deberíamos cuidar este aspecto: las interpretaciones orquestales del repertorio básico (barroco, clásico, romántico y moderno) debería seguir siendo auténticas y el uso de los nuevos medios no debería ser su reclamo comercial.

El ejemplo de Chicago muestra que un uso cuidadoso de ciertos medios puede ayudar a experimentar nuevos formatos de concierto con éxito, sin impacto negativo para la música en sí misma. Al contrario, tal uso puede enriquecer la música. Hay numerosos ejemplos que muestran que el uso de nuevos medios puede ser una valiosa ayuda para el desarrollo del marketing, la publicidad y la audiencia de la música clásica.

¡Gracias por su atención!