
Estética y Publicidad

Señor Director:

Nuestra sociedad, que en estos momentos manifiesta una profunda preocupación por los valores morales, no muestra la más mínima inquietud por los valores estéticos. Una prueba de esto es el comercial que se transmite por televisión de una marca de autos francesa que con la más absoluta impunidad emplea de música de fondo el Kyrie de la Misa en Do Menor de Mozart.

Este trozo de música religiosa de lo más sublime que escribió Mozart no puede prestarse para un empleo en estas condiciones. Cualquier sociedad civilizada expresaría la misma indignación que el autor de estas líneas.

Algunos se preguntarán si es justa esta irritación cuando hemos tolerado por años que Televisión Nacional de Chile anuncie El Tiempo en su noticiario con el no menos impresionante trozo del Concierto para piano y orquesta N° 21 del mismo Mozart.

Siempre pensé que alguien efectuaría el reclamo público antes que yo. Como esto no ha ocurrido, valgan los dos reclamos conjuntos ante las autoridades respectivas.

La música de Mozart y las palabras sagradas Kyrie Eleison no son susceptibles de apropiación comercial, y quien lo haga y quien lo tolere merecen nuestro repudio.

La ley de propiedad intelectual, en su última reforma, prohibió este uso, pero no estableció ninguna sanción al respecto. Se equivocaron nuestros legisladores.

Fernando Rosas