

Fecha de recepción: mayo 2022
Fecha de aprobación: junio 2022
Fecha publicación: julio 2022

¿Ha muerto el rock? Análisis de las posibles causas de la declinación del rock en el S. XXI

Rodolfo Marcelo Follari ⁽¹⁾

Categoría: Proyecto de Exploración
de la Agenda Profesional / 2020

Resumen: Desde mediados de la segunda década de este siglo, artistas, periodistas especializados, así como también profesionales del negocio de la industria musical, han comentado sobre la muerte de la música rock, responsabilizando a toda una serie de factores de negocio, socioculturales o musicales. Consecuentemente, y tal vez con una curiosidad inherente de un melómano alguien podría preguntarse ¿Cuáles son las razones que se esgrimen para argumentar semejante afirmación? ¿Cuáles son las implicancias? Este trabajo de investigación busca inicialmente recopilar y sacar a luz las explicaciones fundamentales que se emplean para debatir la muerte del rock como género musical y plantear algunas preguntas e hipótesis que den respuesta a esta problemática.

Palabras clave: música - producción musical - rock - contracultura - industria musical - música pop - cultura de masas.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 69]

⁽¹⁾ Productor Musical (Universidad de Palermo). Licenciado en Sociología (Universidad de Buenos Aires). Profesor en Ciencias Sociales (UBA). Profesor de la Universidad de Palermo, en el Área de Teatro y Espectáculos de la Facultad de Diseño y Comunicación, de la materia Producción Musical I (Eventos musicales). Es además músico, guitarrista, melómano y estudioso de la historia del rock. Sus áreas de interés son: el negocio de la música, la música como fenómeno social y cultural, el estudio de géneros y estilos musicales dentro de la cultura rock y el estudio de tendencias emergentes.

Introducción

Para aquellos que crecieron en la era del hoy llamado rock clásico (entendiéndose por ello el período que abarca desde el nacimiento del rock and roll en 1955 hasta finales del siglo veinte), cuesta aceptar que el rock haya perdido relevancia musical y cultural frente a otros géneros musicales.

Al mismo tiempo, los recientes decesos de algunas de las más notorias figuras de la escena rock internacional han causado una profunda tristeza entre sus seguidores, y anticipan el final de un ciclo en la cultura rock. Seguramente estas desapariciones físicas también nos confrontan a nosotros mismos con nuestra propia finitud.

La motivación académica de esta propuesta radica en analizar el estado de la cuestión en relación con la temática de la muerte del rock. Esta investigación busca ser un punto de partida para el análisis del estado de cosas de este género musical en la actualidad. Para un sociólogo este sentido es claro. Para un productor musical implica concebir la dinámica musical como parte de un contexto más amplio, y apreciar que las músicas son expresiones culturales que se dan en tiempos y lugares específicos y, como todo fenómeno social, evoluciona, cambia y se transforma permanentemente.

A mediados de la segunda década de este nuevo siglo, artistas, periodistas especializados y profesionales del negocio de la industria musical, han comentado sobre la muerte de la música rock responsabilizando por ello a una serie de factores de negocio, socioculturales o musicales. Consecuentemente, y tal vez con una curiosidad inherente de un melómano, la pregunta fundamental es: ¿Se justifica la muerte del rock simplemente por su ausencia en los rankings, particularmente aquellos divulgados por los servicios de streaming? ¿O se justifica por la desaparición física de esos artistas? ¿Qué otras razones que se esgrimen para argumentar esas afirmaciones?

Este proyecto de investigación explora la agenda profesional de la producción musical dentro de la línea de investigación de arte y comunicación en el marco institucional de Investigación DC de la Universidad de Palermo. El mismo busca acercarse a través de una investigación básica a la temática en cuestión y ordenar las argumentaciones acerca de la declinación de la música rock como fenómeno musical y cultural en la actualidad. Una primera versión de este proyecto fue presentado recientemente en el Congreso de Tendencias Escénicas 2020 de esa Universidad. Este proyecto apunta a ser relevante para todos aquellos interesados en la musicología de la cultura rock, en su negocio, los estudios culturales y las ciencias sociales.

Entender los cambios musicales en la cultura rock permiten pensar la evolución de la música contemporánea en su contexto social, y recapitar acerca de cómo las nuevas generaciones se aproximan al mundo de la música, lo que puede otorgar un entendimiento profundo a los cambios acaecidos en el mundo de la música en las más recientes décadas, particularmente en el siglo veintiuno. Para un sociólogo este sentido es claro. Para un productor musical implica concebir la dinámica musical como parte de un contexto sociocultural. También comprende apreciar que las músicas son expresiones culturales que se dan en tiempo y lugares específicos y, como todo fenómeno social, evoluciona, cambia y se transforma permanentemente.

Quiero agradecer principalmente a mi esposa, Elisabeth Herrería, por el amor y la paciencia en el tiempo durante en el cual se escribió este trabajo, comprendiendo las horas pasadas frente a la pantalla revisando artículos y viendo documentales sobre música. También a mis consejeros en este proyecto, Horacio Divito, quien desde su amor por la música rock y su conocimiento sociológico brindaron una visión crítica y a su vez de aprobación al proyecto. También Carlos Revich, de la disquería Piccolo y Saxo, en el barrio de Palermo en Buenos Aires, por las discusiones acerca del negocio de la música y la cultura rock.

¿Por qué se habla de la muerte del rock?

Para aquellos que crecieron en la era del (hoy) llamado rock clásico –entendiéndose por ello el período que abarca desde el nacimiento del rock en 1955 (All Music.com, 2019), hasta finales del siglo veinte–, cuesta aceptar que el rock haya perdido relevancia musical y cultural frente a otros géneros musicales como el hip-hop, el pop, el reggaetón, la música latina o la electronic dance music. Los rankings, como los Top 50 que produce algorítmicamente Spotify –cuyo perfil etario de sus usuarios es claramente millennial (Cummings, 2016)– para toda su base de datos y para cada país entre otros, muestran claramente que las bandas de rock vienen brillando por su ausencia (Spotify, 2020).

De acuerdo con un reciente artículo de la revista Rolling Stone se afirma que:

En 2017, la música cambió. Un estudio realizado por Nielsen en los EE. UU. Concluyó que el hip-hop y el R&B superaron al rock como el género más consumido por primera vez. Teniendo en cuenta las ventas de álbumes, descargas y transmisiones de audio / video, solo dos artistas no hip-hop o R&B aparecieron en todo el Top 10 (Ed Sheeran y Taylor Swift), mientras que esos géneros también han sido citados como un factor en el aumento de servicios de streaming on demand en los Estados Unidos.

Al mismo tiempo, los recientes decesos de algunas de las más notorias figuras de la escena rock internacional han causado una profunda tristeza entre sus seguidores: David Bowie, Lemmy, Glenn Frey, Tom Petty, Dick Dale, Dr. John, Leon Russell, Ronnie James Dio, Gary Moore, Prince, Leonard Cohen, Ginger Baker, Rick Ocasek y Chuck Berry, entre otros, anticipan el final de un ciclo en la cultura rock (Linker, 2019). Seguramente estas desapariciones físicas también confrontan a sus fans y melómanos con su propia finitud.

Asimismo, a mediados de la segunda década de este siglo, artistas y periodistas especializados y profesionales del negocio de la industria musical, han comentado sobre la muerte de la música rock responsabilizando por ello a una serie de factores de negocio, socioculturales o musicales. Consecuentemente, surgen a la luz una serie de preguntas:

¿Se justifica la muerte del rock simplemente por la ausencia de esos artistas en los rankings? ¿O se justifica por la desaparición física de esos artistas? ¿Qué otras razones que se esgrimen para argumentar esas afirmaciones?

El objetivo de esta investigación es explorar esas elucidaciones que se emplean para debatir la muerte del rock como género musical, tomando como punto de partida las visiones de algunos personajes clave que forman parte de esa cultura rock a nivel global –artistas, periodistas especializados, hombres y mujeres del negocio de la música– en la actualidad, analizarlas y, finalmente, plantear algunas hipótesis a modo de conclusión.

Marco teórico

Este trabajo de investigación toma como referencia conceptual la posición de Simon Reynolds (2016) quien propone que la música rock se repite a sí misma, usando y abusando de su propio pasado (p. 13) a través de diversas formas: reediciones de catálogo, masiva existencia de archivos, documentales y materiales musicales en diferentes formatos de streaming, giras de reuniones y despedidas de artistas clásicos del rock, etc. En esta vuelta al pasado, los nuevos rockeros musicalmente han reproducido el período de esplendor impidiendo avanzar musicalmente al rock hacia una superación musical de lo ya hecho.

Al revisar el material disponible surge como primera impresión que el rock del siglo veintiuno está afectado por toda una serie de factores: cambios en el negocio de la industria musical, aspectos socioculturales, tecnológicos y estilísticos. Esto se ha producido un contexto que, pese a la existencia de excelentes artistas y ejecutantes en la actualidad, han llevado a disminuir la importancia de este género musical. La moda retro es, a su vez, una inclinación necesaria del mundo del rock, de mercado y hasta generacional, para sostener su existencia. Los grandes clásicos del género no han sido todavía superados y la grandeza de la música rock sigue reposando en esos artistas, confirmada través de una constante difusión de los catálogos y las giras de estos músicos. Estos puntos serán discutidos más adelante.

Además tomamos como referencia a Simon Frith (2014) y su excelente análisis sociológico de los géneros y estilos musicales como elementos ordenadores de la industria musical, y sus usos y costumbres en relación con el consumo o la ejecución musical. Desde este punto de vista la existencia de géneros y estilos –representados en el período clásico de la era rock por las bateas en las tiendas de discos– ordenaban de diferentes maneras el negocio y el consumo de música. El periodo de mayor crecimiento de la industria discográfica en este sentido, la segunda mitad del siglo veinte, es el período central o clásico de la historia del rock. Entonces, el crecimiento de la industria musical y su ordenamiento como negocio y en diferentes géneros y estilos, va de la mano al crecimiento y expansión al de la música rock.

El fin de ese ordenamiento, con la caída del formato físico con el surgimiento de Napster en el año 2000, provocó, como lo plantea también Hormigos (2010), una pérdida de criterios claros en las identidades culturales tan típicas de la cultura rock creando un gran mix cultural y musical.

Esta pérdida de identidades musicales trajo aparejada una fuerte crisis en la identificación con los diferentes valores, estéticas y cosmovisiones de las diferentes subculturas del rock (por ejemplo mods vs. rockeros en Inglaterra, los chetos vs. los rockeros en la Argentina, punks vs. hippies, entre otros). El resultado fue una mixtura de las características propias de los diferentes géneros y estilos dentro de la música y la cultura rock, y a su vez entre el rock y otros géneros musicales, con límites cada vez más difusos entre ellas.

En este nuevo tiempo, con la consolidación del modelo de streaming, el consumo de música se ha redefinido en las denominadas playlists contextuales (Hernandez Ruza, 2018), basadas en los usos y actitudes de sus usuarios. Por ejemplo, existen playlists para estudiar, trabajar, hacer yoga, bailar, estar con amigos, etc. Los estados de ánimo y las actividades reemplazan a los tradicionales géneros y estilos, dándole a la música una particularidad

contextual y un uso definido más que por estilos musicales. Si bien este tipo de clasificación no es nueva, el mismo adquiere en la actualidad una nueva dimensión. Desde sus orígenes la música se ha asociado a fines específicos como ser rituales religiosos, de comunicación, celebraciones o eventos sociales, etc. Hoy su utilidad es un aspecto central como basamento del modelo organizador del negocio musical.

Además, a fines de este trabajo, parece útil retomar la definición de Ramirez Paredez (2006) sobre la preferencia musical como base la identidad sociomusical, destacando como esos gustos tienen características particulares a la hora de generar una identificación particular, más allá del concepto de juventud o identidad juvenil, y de un supuesto carácter accesorio de la música. También importa por que trasciende el ya tradicional análisis determinista de identidades socioculturales tan vigente en décadas anteriores. Esta línea de trabajo se alinea con la visión de Frith (2014) sobre la importancia de la música como constituyente de identidades particulares.

En este sentido, podría decirse que al diluirse las fronteras clásicas de los géneros y estilos, se diluyen la conformación de esas identidades clásicas musicales y se construyen nuevas identidades difusas en base a los nuevos parámetros musicales. En esta línea, la música rock diluye su poder contracultural asociado a tendencias culturales colectivas, y la identificación con su música pasa a ser más una cuestión de gusto personal o individual, en donde se la oye más que se la escucha y entiende.

Así dicho, parte del poder de fuego que tuvo la música rock en la segunda mitad del siglo veinte se diluye al convertirse más una opción personal que colectiva, más como un valor de uso que del atractivo generacional o un colectivo identitario.

¿De qué se habla cuando se habla de la muerte del rock?

En Septiembre del año 2014, Gene Simmons, bajista y cofundador de la legendaria banda de hard rock Kiss, comentó en una entrevista hecha por su propio hijo, Nick Simmons, para la revista *Esquire*: El rock esta finalmente muerto. Luego agregó:

Estoy muy triste porque el próximo muchacho de 15 años...que conecte su Marshall y quiera subir el volumen a diez, ya no tendrá la misma oportunidad que yo tuve. Probablemente, no importa lo que haga, va a fallar miserablemente. Ya no hay industria para eso (Gene Simmons, 2014).

La causa principal de ese deceso era, según Simmons, el intercambio gratuito de archivos que impuso Napster a fines del siglo pasado. La consecuencia más directa fue que los consumidores de música dejaron de pagar por la música, y como resultado el artista dejó de cobrar por su obra.

No era la primera vez que se hablaba de la muerte del rock, y menos desde un punto de vista artístico, pero esta vez sí adquiría un impulso especial debido al momento especial de la historia donde se combinaban toda una serie de variables que entrelazaban a la industria discográfica con toda serie de cambios tecnológicos, culturales y sociales.

El modelo de la industria discográfica, basado hasta fines del siglo veinte en la producción, comercialización, distribución y consumo de fonogramas en productos físicos (vinilos, CDs, cassettes, etc.), había caído finalmente en desgracia. Luego de años y años de crecimiento sostenido, y en el punto más alto de su historial de ganancias económicas, cayó en una espiral descendente casi sin fin, generando toda una serie de cambios.

Desde el punto de vista del consumidor, el principal resultado fue que nadie quiso volver a pagar veinte dólares por un CD. No fue casual que estos comentarios de Gene Simmons y el debate de la muerte del rock se diera en ese año. Según las estadísticas de la Recording Industry Association of America (RIAA, 2019), tanto el 2014 como el 2015 fueron los peores años en ingresos para esa industria.

Luego de ganar la batalla legal contra Napster, la industria discográfica comenzó a buscar nuevas formas de negocio para la distribución musical, que concluyeron finalmente con la consolidación de los servicios de streaming como principal formato de distribución y consumo de música.

A partir del año 2015, esta industria consolidaría su alianza con estos servicios, comenzando nuevamente un periodo de creciente rentabilidad. Las otras áreas relevantes de la industria musical, como la gestión de derechos editoriales (publishing) y licencias, y los recitales en vivo tendrían un fuerte crecimiento.

Sin embargo, este desarrollo positivo de la industria discográfica en los últimos años no estuvo exento de debate con relación a las escasas ganancias de los artistas en relación a la reproducción de su música en esos servicios digitales.

Desde el punto de vista contractual, la relación entre la compañía discográfica y el artista, los tradicionales contratos standard de royalties, que sostenían el desarrollo de las carreras artísticas a largo plazo, se reformularon en otras modalidades contractuales más laxas, pero menos arriesgadas a la vez para las primeras. Con el correr del tiempo, las compañías discográficas se irían volviendo más conservadoras.

Las palabras de Gene Simmons generaron un gran debate. Varios le dieron la razón (Deriso, 2017). Artistas como Joe Perry de Aerosmith, Steve Harris de Iron Maiden, Lemmy de Motörhead, John Mellencamp, Tom Scholz de Boston, Jay Jay French de Twisted Sister adhirieron a su postura, mientras que otros, como Brian Johnson de AC/DC y Dave Gröhl de Foo Fighters, entre otros, no estuvieron tan de acuerdo.

Los hechos confirmaron los dichos de Simmons con relación a las posibles oportunidades de las futuras camadas de músicos que quieran sobresalir en el negocio de la música. Los músicos pasaron de buscar un contrato con una discográfica a desarrollar su propia autogestión. Surgió a la luz el concepto del músico autogestionado o DIY. (Do It Yourself). Los costos antes financiados por las compañías discográficas empezaron a ser solventados por el mismo artista. En este nuevo modo de integración de negocios el artista no debía preocuparse solo por su música, sino además, por los costos de producción, comercialización y distribución de su propia obra, antes solventados por las mismas discográficas.

A años ya de haberse promovido este modelo de negocios, el principal problema que los artistas afrontan en la actualidad es la difusión de su obra. Esto significa que si bien cualquier artista puede publicar su obra en un servicio de streaming a través de una distribuidora digital y obviar a las tradicionales compañías discográficas, la cantidad de escuchas de sus canciones puede ser nula o mínima si no tiene un mínimo soporte publicitario,

cuyo costo debe ser afrontado por ese artista. Esto es casi imposible para cualquier artista que no pueda acceder a esos fondos. Simplemente porque sólo con una fuerte inversión de marketing y publicidad es posible sobresalir frente a los dos millones de artistas o veinticinco millones de canciones existentes en las plataformas de streaming. Al respecto Martín (2013) comenta:

Lo realmente difícil es que el público sepa que esa obra musical existe y, sobre todo, que quiera acceder a ella. El problema radica en que la cantidad de propuestas musicales existentes en la red es colosal. Hay una barbaridad de nuevos y viejos talentos que esperan hacerse un hueco en el panorama musical. ¿Puede el público asimilar tanta música? Sencillamente, no. Es imposible. Por esta razón la inversión en producción y la promoción musical son indispensables para ejercer de embudo (Martín, p. 193).

En este sentido, las palabras de Gene Simmons parecen sabias. No solo al artista le cuesta financiar su carrera de largo plazo sin financiamiento sino que además se les vuelve prácticamente imposible solventar la difusión de ésta. Para un artista los costos asociados son tan altos que se vuelve una tarea titánica económicamente hablando. En este sentido, solo aquellos que tienen un respaldo pueden avanzar en esta labor. Durante la época clásica del rock, ese trabajo era afrontado por las compañías discográficas.

¿Estos cambios han logrado matar al rock como género musical? Lo que se podría afirmar es que el poder de influencia cultural y musical ha quedado fuertemente disminuido. La curva de crecimiento en las ganancias de la industria discográfica hasta el año 2000 está claramente asociada al desarrollo de la música rock. Como resultado, su caída también lo afectó.

Esta caída y los cambios en los modelos de relación comercial entre los artistas y las compañías discográficas ¿han dejado afuera del mercado artístico a miles de posibles artistas exitosos? No es posible responder esta pregunta ya que sería imposible contabilizar cuantos artistas han quedado fuera del radar de las discográficas o nunca salieron del oscurantismo musical, ni en el modelo clásico ni ahora. Sin embargo es claro que hoy los costos del desarrollo de una carrera pasan en la actualidad primariamente por el esfuerzo económico del artista. De ahí la posición de Gene Simmons. Si la variable principal para solventar el desarrollo de una carrera artística es la económica y el artista no puede financiar esa carrera, entonces no hay carrera artística que valga.

¿Esto ha sucedido sólo en la música rock? Claramente no, pero el rock ha sido fuertemente afectado por los cambios en la industria discográfica y en los modelos de distribución musical así como también por los nuevos vientos de esta época, que se describirán más adelante en esta investigación. ¿Esto quiere decir que en este siglo no hay artistas de rock exitosos en la industria musical? De ninguna manera, y en este trabajo de investigación enumeraremos a algunos de ellos. Sin embargo, la observación importante de destacar es que ellos y su éxito constituyen la excepción en un momento donde la música rock ha perdido centralidad cultural y musical.

El rock como género musical es hoy uno más entre otros, y a veces ni siquiera el más importante, según las estadísticas de éxito disponible. Sin embargo su influencia sigue siendo

determinante, aunque se exprese de otras maneras. En esta investigación indagaremos más profundamente este fenómeno.

El rock como cultura

En sus orígenes, la cultura rock se identificó principalmente con aspectos de la cultura juvenil de la época (Alstshuler, 2003): la liberación en la conducta sexual, la integración racial en medio de los conflictos raciales existentes en la sociedad norteamericana y en tercer lugar, el conflicto generacional con la cultura de sus padres. El surgimiento de la cultura rock fue uno de los diseminadores de una revolución contracultural. Si bien el rock no cambió el mundo, sí sirvió para potenciar entre los más jóvenes las ideas y valores de un cambio cultural.

Desde los conflictos generacionales en los años cincuenta hasta los estallidos raciales en la ciudad de Los Ángeles en los años noventa, la cultura rock estuvo cerca de los conflictos sociales. Esto no parece ser lo que sucede en la actualidad, sobre todo a partir del nuevo siglo. El rock hoy se ha separado formalmente de su potencia contracultural y se ha quedado más en su propia efervescencia musical. Hay una serie de razones para ello.

En un primer aspecto, la existencia de diferentes estilos musicales ordenaba no sólo la batea de las disquerías y las colecciones de ese tiempo, sino también modas, culturas, identidades sociales y culturales. Al respecto, Hormigos menciona claramente algunas implicancias en lo cultural de la pérdida de los formatos físicos y su impacto:

La pérdida del formato físico –cinta de cassette primero, el disco después y ahora el CD– ha producido una mutación radical y, tal vez, irreversible en el hecho musical. El formato permitía ordenar repertorios y transmitir con claridad un discurso comunicativo concreto. En torno a él se crearon modas musicales en otro tiempo y su transmisión facilitó la creación de identidades culturales. Hoy quedamos expuestos a un torrente continuo de sonidos que no nos permite dar un sentido concreto al discurso musical contemporáneo (2010, p. 96)

En este sentido, la pérdida del ordenamiento existente a través de la clasificación en diferentes estilos, con solía verse en las bateas de las disquerías de la época, produjo claramente no sólo una pérdida de organización en la industria musical, sino un debilitamiento en las diferentes identidades colectivas creadas a partir de la música. Consecuentemente, esa mezcla de estilos musicales fue creciendo y consolidándose a partir de la crisis de ese ordenamiento musical.

Esas identidades colectivas fueron diluyéndose hasta desaparecer en un proceso de individuación de las personas durante este siglo. Sin colectivos, ni discursos unificadores y dominantes de esta escena musical, solo quedaron expresiones de manifestación individual. En lo estético, esto se refleja por ejemplo los piercings, tatuajes, ropas y atuendos, cortes de cabello, entre otras formas de show off. Hoy en día ya hay por lo menos cuatro generacio-

nes influidas directa o indirectamente por la cultura rock. Las últimas de ellas, particularmente a partir del cambio de siglo, talladas a partir de ese proceso de individuación social. Así también vale releer a Frith (2014) cuando describe como en el negocio musical la existencia de géneros y estilos ordenaba no solo el negocio musical sino que también ordenaba a los oyentes, o sea la audiencia y los consumidores de los diferentes tipos de música. Este ordenamiento generó en la cultura rock mercados y nichos de mercado, culturas e identidades, gustos y acciones concretas diferenciadas para la cultura rock en general, y para cada estilo dentro de la cultura rock en particular.

La caída de ese ordenamiento también implicó que todas las diferentes subculturas existentes en esta cultura rock se entremezclen entre sí tomando características tanto musicales como estéticas una de otras, y a su vez, entre la cultura rock en general con otros géneros. Por ejemplo, hoy es posible asistir a un show de folklore con músicos que parecen sacados de la música pop new romantic. También a músicos de cumbia cuyos looks tienen más que ver con el punk o el heavy metal. O los músicos de pop coreano tomando el modelo de las boys y girl bands norteamericanas o inglesas. O la música étnica africana tomando elementos del blues afroamericano. Todo es dable y se entremezcla en estos tiempos.

De una manera muy clara comenta Ramirez Paredes (2006), en línea también con la visión de Frith, su definición de identidades socio-musicales. Estas son fundadas por la música y vivenciadas en toda una serie de prácticas y rituales que van desde lo estético hasta otros códigos comunes. En este proceso de *blending* de diferentes géneros musicales, en donde todo se entrecruza en una mezcla de músicas e identidades, el rock se ha visto diluido en sus características más propias de su identidad, perdiendo fuerza y relevancia. En términos de los postulados de este autor lo que la cultura rock ha perdido es su grado de compromiso, entendiéndolo por tal la necesidad de ser o pertenecer sabiendo por qué y no sólo por una mera afición (Ramirez Paredes, 2006, p. 262).

Desde un análisis más cercano a lo socio político, al haberse conquistado muchos de los derechos por los que el rock estuvo cerca, éste se ha resignificado a la luz de nuevos campos de batalla como ser la ecología, el feminismo, la lucha contra el hambre o las injusticias sociales. Sin embargo, esas posiciones parecen ser parte de un pensamiento y una toma de conciencia focalizada en ciertos artistas o colectivos que de la cultura rock en general. En este sentido, y usando la terminología del autor recientemente mencionado (Ramirez Paredes, 2006), hoy el rock produce más aficionados que personas comprometidas con su causa. Si bien a lo largo de su historia en el rock siempre estuvo latente el debate si la música debía tener un fin lúdico o promover cierto cambio cultural (el viejo debate acerca del compromiso artístico), en este último siglo, y a partir de la caída de los grandes meta relatos históricos o políticos, el rock se vació de discursos que instaran a cambiar las cosas, pasando a una actitud más conformista y centrada en lo musical.

Ante esta situación, no es casual que otros géneros musicales, como por ejemplo el rap y el hip hop o la música producida por ciertos artistas latinos, hayan retomado esas banderas, logrando una mayor adhesión de aquellos segmentos identificados con posturas más politizadas.

Otro punto importante para comentar es su actual aceptación como parte de la cultura de nuestro tiempo. En ese sentido, su supuesta muerte no es porque no se acepten ciertos valores sino, por lo contrario, porque estos fueron finalmente admitidos e internalizados por

la sociedad en general. En síntesis, su recepción como parte de la cultura actual terminó diluyendo su potencial contracultural.

Otra de las posibles explicaciones sobre la muerte del rock tiene que ver con que la cultura rock ha dejado de ser un vector central, o al menos el más relevante, en la cultura juvenil. Nuevos gustos y estilos de vida se han consolidado en estos años, sobre todo en los jóvenes, en donde la música no ocupa necesariamente un lugar central y compiten con los valores culturales de la cultura rock.

Hoy en día, un adolescente puede formar su propia personalidad independientemente de que la música –o la música rock en particular– ocupe un lugar central en su vida. Sus referentes pueden provenir o no de la música, o de otras músicas, así como también de otras artes u ocupaciones, como el deporte, lo culinario, los viajes, la política, etc. En este sentido el rock no necesariamente es lo más constitutivo –o lo único definitorio– de la identidad de los más jóvenes. Eso es un cambio con respecto a las generaciones anteriores. Ni que hablar de la idea de formar parte de un colectivo en donde referenciar la pertenencia individual como lo fue la cultura rock en alguna de sus estilos. En este sentido, Reynolds (2018), en una entrevista reciente reflexiona:

Hubo una época en la que cada tipo de música creaba una identidad: había una fuerza emocional-libidinal en la tribu urbana del heavy metal, otra en la del hip hop, y así. La sensación que teníamos los que nos involucrábamos con tal o cual género era la de apoyar una causa y formar parte de un movimiento. Actualmente los chicos son mucho más eclécticos, sobre todo porque pueden serlo: tienen un abanico muy amplio de música a su disposición, instantánea y gratis. Quizás por eso el ardor del fanatismo ya no es tan frecuente (como se cita en Tarifeño, 2018).

En esta línea de pensamiento, el rock parece haber perdido esa rebeldía o actitud especial que tenía en su era clásica. Este provocaba identificación y formaba un componente central de la cultura juvenil. Hoy los músicos de rock son sólo músicos. Hoy la música rock es un sabor más entre otros en la amplia disponibilidad de géneros y estilos musicales, más que un catalizador de ciertas expresiones de la cultura de su tiempo. Además no hay ningún ídolo que acapare centralmente la atención adolescente. En este sentido queda la música sin un discurso unificador, que fue propio de la era clásica del rock. Como sabiamente relata Hormigoz:

Parece claro que la sociedad posmoderna concede más importancia a la disponibilidad inmediata del sonido que al acto de recordar el discurso cultural que rodea a la música. De este modo el hecho musical pierde, progresivamente, los límites en los que se hacía comprensible y deja de facilitar una identidad cultural perfectamente definida para apostar por diversos modelos identitarios móviles (Hormigoz, 2010, p. 98).

Otro factor importante a tener en cuenta a la hora de evaluar el actual estado de la música rock es lo que los críticos y analistas del género, así como sus fans y artistas, definen como la actitud. Esta es una idea central en la cultura rock, y se refiere básicamente a una forma casi pedante hacia el mundo que lo rodea. Es una cualidad que en toda su historia fue intrínseca de la cultura rockera, de sus artistas y sus fans.

Hoy esa altanería parece haberse debilitado en pos de cierta corrección política y cierta posición conciliadora ante el mundo que los rodea. Un reciente artículo de la revista *Billboard* homenajea a Chuck Berry tras su fallecimiento en 2017, como padre indiscutido de esa actitud rockera. En términos de la fanfarronería antes mencionada, Berry inyectó una actitud de “sabemos mejor que la actitud de los adultos” en el rock, algo que sus predecesores y compañeros aún no se habían atrevido a hacer. Esa perspectiva privilegiada para los jóvenes fue esencial para transformar el rock n´roll de una moda musical en una actitud y estilo de vida irresistible que infectó a los adolescentes y se extendió por todo Estados Unidos (también, posiblemente, allanó el camino para la división generacional masiva de los años 60).

Si otros estilos musicales han podido avanzar musicalmente y adaptarse a los nuevos tiempos este elemento clave, la actitud, parece haberse vuelto un problema propio de la música rock. Desde lo artístico, parece faltar cierto desenfado. Desde Elvis moviendo la pelvis hasta un Kurt Cobain sacando su rabia interior, el rock tuvo históricamente momentos en que catalizaba diferentes tipos de situaciones, a veces sociales, políticas o culturales, y a veces problemáticas interiores del artista. Ese desenfado está presente hoy, por ejemplo, en artistas del pop, el hip hop, el rap y el trap, y también en ciertas características de algunos artistas country. Sólo así, recuperando cierta rebeldía y desparpajo, el rock podría despegar de su actual letargo y atraer nuevamente al gran público, y principalmente a su principal público objetivo: los adolescentes. Como se analiza en un artículo sobre la temática:

Un resurgimiento comercial en cualquier momento parece poco probable, pero, de nuevo, The Strokes y una gran cantidad de bandas cosecharon un gran éxito sorpresa a principios de siglo sin reinventar mucho. Tal vez todo lo que necesita el rock es algún tipo de prodigio carismático, el próximo Joe Strummer o Joan Jett, que venga y abra la puerta para una avalancha de nuevas bandas de rock (Dan Ozzy, 2018).

En síntesis, la pérdida de centralidad de la cultura rock ha afectado su importancia relativa como fenómeno social y generacional. En un contexto sociocultural donde la interrelación y asequibilidad de diferentes culturas, disponibles con facilidad a través de las nuevas formas de comunicación e información, han posibilitado nuevas variantes para la constitución de las individualidades, nuevos ídolos y estilos de vida, la cultura rock ha pasado más de ser un fenómeno generacional para convertirse en una exclusiva elección personal, quedando de lado la identificación colectiva. La consecuente internalización de sus valores en diferentes generaciones ha hecho entonces que su característica contracultural termine siendo incorporada como parte de la cultura cotidiana. Su clásica actitud rebelde y hasta arrogante ha dado lugar a cierta corrección política que termina aguando su propuesta, particularmente frente a otros estilos musicales como el hip-hop –quien ha tomado el rol de ser la música que cataliza el descontento juvenil– y el pop –quien tomado las banderas de la nueva revolución sexual–. Consecuentemente, frente a esa pérdida de identificación colectiva, el rock ha perdido gran parte de su atractivo en los nuevos adolescentes. Dicho esto, otra posible causa de su deceso está en la pérdida de ciertas características que lo constituyeron como un fenómeno cultural colectivo, de fuerte raigambre generacional, entre los adolescentes y jóvenes adultos de la segunda mitad del siglo veinte.

El impacto tecnológico en la cultura rock

Otra de las posibles causas de la muerte del rock está asociada con los adelantos tecnológicos, que han transformado desde varios ángulos la relevancia de este género musical. Desde el lado de la producción musical hoy hay nuevas formas de componer, tocar, producir y arreglar una canción. El desarrollo de aplicaciones, programas y software para componer música han facilitado y acelerado la composición musical a límites insospechados y poco analizados. Hoy no se necesita ser un virtuoso ni dominar un instrumento para componer una canción. El rock exigía un nivel mínimo de práctica y virtuosismo que implicaba cierto esfuerzo y dedicación al instrumento musical, aprender a componer una canción, más un cierto tiempo de experiencia en vivo tocando para uno y otros. Así se armaba una carrera en el mundo del rock.

Hoy, este modelo clásico confronta con la inmediatez y el facilismo de estos nuevos tiempos, sobre todo entre los más jóvenes. Es más fácil elegir un cover de algún artista conocido, grabarlo con el celular y subir esa canción a alguna red social que hacer el proceso antes mencionado en el párrafo anterior. Ni hablar de convertir esa experiencia inmediata en una práctica real de tocar en vivo y generar una audiencia fiel. La experiencia de gratificación instantánea choca entonces claramente contra el esfuerzo y la dedicación que se necesita para una verdadera carrera en la música rock.

Otro gran cambio, en la producción musical y particularmente en el proceso de grabación, fue la búsqueda de la eliminación del error humano. En el rock clásico, el error del artista era considerado un raptó de emoción, el *feel* o una propia forma de tocar en medio de la ejecución, y no un error a regrabar. La búsqueda de perfección sonora en las herramientas de grabación digital surgidas en este siglo como el ProTools y el Ableton, o luego el autotune, sumados a los ya existentes procesadores de sonidos, efectos digitales y compresores desterraron ese toque propio, lo que los músicos denominan *groove*, ese toque humano tan clásico y vital, en busca de un sonido casi perfecto, sin errores ni imperfecciones.

El objetivo del rock no era necesariamente la exactitud en la ejecución del instrumento, sino la transmisión de una intensidad musical y emocional, una actitud, una posición, que la música en su práctica buscaba resaltar. En la práctica esto se remarcaba con una tensión constante entre la emocionalidad y la calidad en el dominio del instrumento musical. El uso de las nuevas tecnologías parece haber inclinado la balanza a favor de la calidad y la pureza sonora por sobre la emotividad, punto antes mencionado como clave en la cultura rock de la era clásica.

En este sentido, cobró relevancia el rol del productor y la postproducción musical en el estudio de grabación, en donde el secreto no era necesariamente quedarse con una inspirada toma ejecutada más allá de la perfección en la ejecución, sino seleccionar en este último paso la toma más perfecta posible con una mano digna de una sala de operaciones. Marquez plantea que:

Con la digitalización, este *modus operandi* ha alcanzado su máxima expresión pues el ordenador permite una verdadera “cirugía de los sonidos” imposible de hallar en otras tecnologías. Por medio del ordenador, los sonidos se pueden

abrir, expandir, cortar, pegar, empalmar, amputar, modular, simular, etc. (Márquez, 2010).

En síntesis, esto que en el mundo de la producción musical se llama cuantizar, y que se utiliza con los objetivos mencionados por ese autor, tuvo una profunda implicancia en la forma en que se produce música en el estudio de grabación. El músico terminó siendo, más que un ejecutante, un inventor de sonidos a mejorar hasta la perfección por el productor detrás de la consola.

Toda la energía, la carga emotiva, o lo que se llama el groove, el feel o la pasión de la interpretación se perdió por completo en el rock. De ahí que muchos de las bandas post-grunge sonaran homogéneas y repetitivas. Simplemente perdieron su toque, su esencia, gracias a la emergente producción digitalizada de la época. Esto fue caro al rock. Sin embargo, fue válido para otros géneros como el pop, la música electrónica o la nueva música urbana.

La fuerte reducción en los costos de grabación, como consecuencia del proceso de digitalización en la grabación de música, tiene profundas implicancias en la música rock. La música rock tiene altos costos de preproducción y producción, que involucran ensayos, viajes, horas de estudios para los músicos principales, sesionistas, arregladores y productores. Hoy muchos de esos costos son casi nulos, debido a que se puede grabar, compilar y procesar todo el material, post-producirlo a distancia y en forma digital. No hace falta enviar masters de grabación, ni viajar, ni afrontar gastos de hospitalidad. Todo se sube a la nube y se envía usando repositorios digitales. En comparación con el rock, la música pop y urbana hoy es sustancialmente menos costosa, al punto que se puede hacer perfectamente con un productor, un artista, una computadora, los softwares correspondientes y algunos plugins. Casi no se usan músicos sesionistas o grandes bandas. Un ejemplo claro (Harvey, 2019) de esto es el exitoso álbum *When We All Fall Asleep, Where Do We Go?* de Billie Eilish, producido por su hermano mayor, productor y artista Finneas O'Connell, en el dormitorio de su casa familiar.

Otro de los impactos de la tecnología en la cultura rock ha sido el crecimiento de otros géneros musicales tanto a nivel mundial como regional como resultado de la masificación de la escucha de música a través de streaming on demand. Según el informe *Music Listening* de IFPI (2019) hay un fuerte consumo de géneros locales o regionales. Entre otros menciona la importancia de géneros como el pop latino o la música regional mexicana en México, la música latina o el reggaetón en la Argentina, El K-Pop o el K-trot en Corea del Sur, el pop chino en China, Bollywood Music en la India, la música pop francesa o el variété en Francia, entre otros. Asimismo denota la importancia del rap y el hip hop alrededor del mundo.

La industria, al buscar nuevos retornos tras el colapso post-Napster, se abrió a diversificar su catálogo con nuevas músicas alrededor del mundo. En ese nuevo horizonte la tecnología colaboró a que nuevos y viejos géneros y estilos, así como numerosos estilos musicales alrededor del planeta lograran la visibilidad y la escucha necesaria a través de las nuevas plataformas de streaming. Bisla (2018) analiza que, hoy en día, gracias a una mayor exposición a través del mundo digital, han crecido un sinnúmero de otros géneros musicales (como se cita en Resnikoff, 2018).

Así entonces, ha resurgido lo local, lo regional, con más fuerza que nunca, haciendo tambalear no solo a la música rock sino a la cultura rock, originalmente concebida en el mundo anglosajón. En esta línea, no es que el rock haya desaparecido ni haya muerto, sino que se ha vuelto menos relevante en muchas partes del mundo, sobre todo para los más jóvenes. En este sentido, el rock viene compitiendo con otros géneros y estilos musicales, cuya accesibilidad es simple e inmediata. Es claro entonces que el rock no está solo; es hoy en día un género más en un amplio y variado abanico musical, en donde la decisión final la tiene un consumidor variado, amplio y heterogéneo en sus gustos y elecciones.

Otro punto importante con relación a la tecnología es la sobreoferta de música existente. Hay disponibles más de cincuenta millones de canciones (Savvides y Hand Orellana, 2019) en cada uno de los servicios de streaming existentes, lo cual es virtualmente imposible de acceder a ellas en toda una vida. Este universo casi infinito de canciones hace que, en el fondo, nada termine diferenciándose entre sí ni adquiera un valor relativo mayor. Así el valor de uso de la música se vuelve irrelevante. Toda esta sobreabundancia genera además una constante sensación de agotamiento (Reynolds, 2016, p. 109 y 152-158) y ansiedad, vaciando el sentido de la música.

Esto provoca enormes consecuencias. Si antes, en la era clásica del rock y pre-internet, la búsqueda de un disco implicaba al menos el brío de ir a una disquería, revisar bateas, ordenar un disco, esperarlo hasta que el distribuidor lo entregara, comprarlo, llegar a la casa, ver el arte de tapa y estudiar la contratapa, ver los sobres internos y las letras, para finalmente ponerlo en el tocadiscos y escucharlo, hoy con apoyar un dedo en el celular se puede pasar de una canción a otra en un segundo, sin mediar esfuerzo alguno.

Esa instantaneidad, y el exceso de disponibilidad (Reynolds, p. 152), hace que el valor, como ya se ha mencionado, de la música disminuya, y la atención que prestamos a ella también. La música en general se ha vuelto un fondo musical disponible para cualquier cosa generando un constante vaciamiento de sentido (Reynolds, p. 153). La música rock, al ser el género que marcó su estampa durante la segunda mitad del siglo veinte como generador de increíbles ganancias a la industria discográfica y del entretenimiento, quedó atada a esta nueva debilidad. Hormigos (2010, p. 97) plantea una dramática situación acerca de esta situación:

Hoy más que nunca hemos dejado de escuchar música para, sencillamente, oírla. No hay tiempo para el deleite, la sociedad de consumo actual no concede tiempo para apreciar el discurso musical que genera y de la selección minuciosa de las melodías o canciones que nos hablaban, en otro tiempo, de nuestra cultura musical, permitiendo generar identidades culturales compartidas a través del discurso sonoro, hemos pasado a una acumulación compulsiva de archivos sonoros que no nos dicen nada.

Asimismo, la cultura rock se ha visto afectada además en lo que se podría llamarse la construcción de una nueva relación entre el fan y su artista predilecto. El acceso masivo a información y la instantaneidad provocada por internet y las redes propone una cercanía permanente entre ambas partes de esa relación, lo cual si bien en primera instancia se puede evaluar como positivo, produce en el fondo en términos de lo que discute Reynolds, una saturación escasa de deseo que, a la larga, agota esa relación. Esa construcción de deseo, tan vital en la cultura rock, queda así anulada en pos de un constante acceso a la supuesta intimidad del artista al que se adora. Como comenta Baym (2012)

Las redes sociales cambiaron eso para que las figuras públicas puedan usar los medios para desarrollar conexiones sociales con personas particulares. La intimidad no es solo algo que los fanáticos proyectan hacia los artistas, puede ser algo que los artistas experimentan cuando interactúan con sus audiencias. La comunicación directa puede ayudar a las figuras públicas o dañarlas, pero regularmente las hace mover (2012, p. 312).

En resumen, son muchas las implicaciones que la tecnología ha producido en la música y sobre todo en el rock. Desde la forma en que producimos música, pasando por la forma y cantidad de música que consumimos hasta el exceso, hasta como conectamos con nuestros artistas.

En primera instancia el rock ha perdido importancia relativa frente a otros géneros y estilos musicales. En segundo lugar, desde la aparición de la grabación digital, se ha focalizado en un formato quirúrgico de producción por sobre los componentes emocionales, valor tan caro a la cultura rock. Además, la ensoñación provocada por la tecnología con relación al desarrollo de carreras musicales, tendiendo a una simplificación imaginada del proceso de crecimiento como artistas en el mundo del negocio musical sin mayores esfuerzos personales, ha dinamitado la cultura de la carrera musical tan relevante para el management y el desarrollo artístico dentro de la cultura rock.

Asimismo, el acceso casi ilimitado de música ha generado una pérdida relativa percibida del valor intrínseco de la música, y por lo tanto de reconocimiento de los consumidores del esfuerzo artístico requerido y la compensación monetaria equivalente. En términos de mercado, para la música rock, la masificación de la distribución musical ha implicado una pérdida de importancia relativa frente a otros géneros y estilos musicales que han crecido en este período, tanto en los países centrales como en el resto del mundo. Además, la lealtad tan incondicional de los rockeros hacia sus ídolos ha perdido esa atractiva admiración lejana en pos de una relación cercana de seguidores colindantes y de amigos en común en redes sociales.

En síntesis, el impacto de la tecnología sobre la música rock está atravesada por factores musicales, sociológicos, culturales y comerciales. Es ya una frase hecha decir que la tecnología ha modificado todos los espacios de la vida cotidiana. En este sentido es difícil de entender los cambios en la música rock, y la música en general en el siglo veintiuno, sin entender el impacto de la tecnología en este aspecto, como en la vida en general. La tecnología ha afectado entonces tanto la producción, la comercialización, distribución y el consumo de música, de la cultura en general y de la música rock en particular.

El rock como repetición

Otra de las razones que más se comenta al hablar de la muerte del rock, entre aquellos melómanos, periodistas especializados y críticos musicales, es la falta de innovación demostrada por la música rock en este siglo veintiuno. El rock se define hoy como post: post grunge, post britpop, new new wave, new prog, neo folk, etcétera. Si bien esto no invalida

las nuevas músicas ni por su calidad de ejecución ni por su nivel artístico, como indica Simon Reynolds (2016), nada parece tener sabor a nuevo. Este periodista y crítico de rock indica que si hay algo que caracterizaba a la cultura rock era su capacidad de revisar, reinventar e ir hacia adelante generando una propuesta original. Esto no parece suceder con el rock actual. Al respecto Flanagan comenta:

Después de la breve insurgencia de Nirvana a principios de los 90, y luego de que hayan pasado Pearl Jam y las bandas de grunge, el rock se interesó menos en innovar que en repetir (Flanagan, 2016).

Si en una instancia inicial el rock nació en Estados Unidos del parentesco (Polimeni, 2001) entre diferentes variantes del R&B o rhythm & blues, el folk y la música country, su posterior evolución implicó tanto visitar el propio pasado como tomar ideas de otros géneros u estilos para construir nuevos sonidos y seguir evolucionando. A modo de ejemplo se puede mencionar el período posterior a los dos años locos del punk rock (1976-1977) llamado post punk. De allí se evolucionó hacia una serie de subgéneros, como la new wave, el ska y el 2tone, el power pop, el synth pop, el indie rock, el sonido de Manchester, los new romantics entre otros. Ellos tomaron el bagaje musical previo a ese período e ideas de otros estilos musicales, la combinaron con la energía y la actitud hágalo usted mismo del punk rock, y renovaron drásticamente la escena musical de los fines de los años setenta y los emergentes ochentas.

Es interesante decir también, y retomando algunas preguntas hechas al principio de esta investigación, que este estancamiento parece ser un fenómeno exclusivo de la música rock. A la luz de los acontecimientos esto no parece haber sucedido en otros géneros musicales como el pop, la música country, la música afroamericana o el folk. Todos estos últimos parecen haberse renovado musical y estéticamente.

El pop se reconvirtió fusionándose con la electrónica, generando la EDM o Electronic Dance Music, así como varias variantes musicales influenciadas por el soul, el jazz, la electrónica, o formatos más acústicos. Estas fusiones de estilos musicales le han dado actualidad a su música, junto al surgimiento de todo un grupo de jóvenes artistas que han puesto al género acorde a los valores de la época, tanto musical como estéticamente.

La música country llega hoy en día con una escena fuertemente consolidada principalmente por la escena de Nashville, lo que se denomina country contemporáneo (All Music.com, 2019), donde abunda una muy variada escena de artistas, cuyas canciones coquetean entre el pop contemporáneo y una muy cuidada reelaboración de los sonidos clásicos de su música tradicional.

La música afronorteamericana ha evolucionado hacia el R&B contemporáneo, combinando hip hop, funk, soul, rap, R&B clásico e incluso recientemente el trap, revitalizando, además, la música pop en general.

El folk rock, y lo que más generalmente se llama Americana, ha sido una de las variantes con más proyección en el siglo veintiuno. Una amplia escena de artistas que redescubren la tradición de la canción norteamericana, desde una nueva perspectiva, incorporando elementos del pop, la música ambiental y el indie, volviéndose uno de los géneros más interesantes de este nuevo siglo.

Otro de los temas indefectiblemente asociados al concepto de repetición en la música rock es el de la constante vuelta a los clásicos del género, y del negocio generado por esa

situación. En los últimos años ha habido una permanente rotación hacia el pasado cercano –o algo lejano– a través de giras retrospectivas, reediciones discográficas, documentales, bandas tributo, relanzamientos en versiones remezcladas o mejoradas en cuanto al arte y el diseño del envoltorio de los más variados artistas del rock clásico, desde los orígenes hasta el pasado reciente.

Todo esto sucede porque hay, en primera instancia, una constante necesidad de mirar hacia atrás, hacia ese pasado glorioso de la música rock. Como se mencionó al principio de esta investigación, existe una gran nostalgia por parte de los viejos rockeros y de los melómanos de la música rock por volver a revivir ese momento glorioso, clásico, del rock de otra época.

Cuando Fred Jacobs (historyofclassicrockradio.com, 2015), considerado el creador del concepto de Classic Rock, creó a mediados de los noventa en Michigan un formato de radio para aquellos oyentes de radio que no podían encontrar en las radios de la época a bandas como los Beatles, los Rolling Stones o Led Zeppelin, bandas las cuales ellos habían crecido escuchando en su adolescencia, abrió el camino para darle legitimidad histórica a la música rock. Basando su modelo en la música rock de los años sesenta y setenta como punto de referencia, desarrolló un concepto que hoy es crucial a la hora de entender la historia del rock. El rock clásico es aquella música que nunca alguien se cansará de escuchar, esas bandas y canciones que trascenderán el tiempo para siempre (Michigan Stateside Staff).

Esa nostalgia se debe, además y en gran parte, a la falta de relevancia, independientemente de las razones que se esgriman, de los artistas actuales. También a que algunas patas de la profesión musical no funcionan tan exitosamente que con los nuevos artistas, alentando al negocio a seguir exprimiendo el catálogo histórico del rock.

Entonces, este revival genera una gran oportunidad de negocios para mantener viva la maquinaria del rock a través de lo que se denomina el legado de aquellas estrellas clásicas de la música rock, que en importancia artística y económica siguen superando ampliamente a la inmensa mayoría de los músicos de rock de la actualidad.

Esa pertenencia a un legado, que posiblemente se termine con la desaparición física de esas estrellas, genera un mercado enorme y aumenta considerablemente el valor de mercado. En un reciente artículo aparecido en la revista online Synchtank (2019), Larry Mestel, CEO de Primary Wave Music y especialista norteamericano en el mercado del publishing o editoriales musicales, comenta acerca que siempre lo viejo tiene más valor que lo nuevo:

Son los tipos de artistas con los que queremos asociarnos, comprar, etc. Estamos en el negocio de Bob Marley. Estamos en el negocio de Smokey Robinson. De Alice Cooper. De Kenny Loggins. De Sly Stone. De Glenn Gould. De Def Leppard. La razón por la que estamos en el negocio de íconos y leyendas y no en el negocio de menor calidad es porque estos íconos y leyendas [tienen] flujos de ingresos históricos muy predecibles y numerosas formas de comercializar su música y sus marcas.

En ese mismo artículo (Synchtank, 2019) menciona el valor dólar de la edad, como una métrica para tener en cuenta. A mismo valor de regalías generadas por dos canciones, es

más probable que una canción de diez años atrás genere a lo largo del tiempo muchas más regalías que una canción de un año atrás. De ahí la importancia de medir eficazmente las ventas para determinar la importancia de cada género musical en el negocio, así como también la importancia del catálogo. He ahí la relevancia del Soundscan (Wawzonek, 2016).

Asimismo, Simon Reynolds (2016, págs. 98 y 99) comenta en su libro *Retromanía* una reciente entrevista con Ed Christman, de Billboard, acerca de la creciente importancia del catálogo en el negocio de la música:

En el año 2000, las ventas de catálogo (incluyendo el catálogo reciente y profundo) representaban el 34,4% del total de las ventas de álbumes en los Estados Unidos...en el año 2008 habían subido al 41,7%...En 2009 SoundScan separó estadísticamente los lanzamientos de los discos de catálogo para las ventas digitales...representaba el 64,3% en contra del 35,7% de los lanzamientos.

La idea de la repetición, la vuelta atrás, la constante presencia de los artistas más clásicos de la música rock haciendo sombra a los artistas actuales es el resultado de varios factores discutidos en esta investigación. La relativa irrelevancia cultural de los rockeros de la actualidad, el escaso valor comparativo en términos de mercado de su obra, la falta de originalidad de sus propuestas artísticas, y la falta de actitud hacia el estado de las cosas confirma porque los artistas de la era clásica siguen vigentes.

La vuelta constante hacia un pasado relativamente cercano y nostálgico también le quita relevancia al rock actual frente a otros géneros musicales que siguen avanzando cultural y musicalmente. Si bien la era clásica y sus artistas mantienen vivo el legado de la música rock también le quita importancia a su estado actual de cosas. En este sentido claramente el rock se ha quedado atrás y no ha podido adelantarse a su tiempo, ni conectar con las nuevas generaciones, convirtiéndose en eso llamado *Rock of Ages* o rock de antaño, como una nueva alegoría de que todo tiempo pasado fue mejor.

En conclusión, la repetición es causa y consecuencia. Si el rock actual se sostiene musicalmente es en gran parte por la calidad de su catálogo y la enormidad de sus artistas clásicos. De vuelta es importante mencionar que otros géneros hoy han logrado traspasar esa barrera temporal. El pop, el country, el folk, el soul, la música urbana, el hip-hop, el rap y el R&B han superado con éxito la barrera del nuevo siglo con artistas de calidad y vigencia actual, adaptando sus propuestas a los nuevos oídos de sus fanáticos.

Todavía no queda del todo claro cuál será la relevancia histórica de la música rock en este siglo, ni cómo se posicionará cualitativamente en comparación con los artistas y las canciones de décadas anteriores, ni con otros géneros que le disputan el terreno en la actualidad. Hasta la fecha, parece ser que los artistas clásicos siguen siendo los más relevantes. El más reciente informe de la consultora Nielsen (2020, P.24), con relación al año en el rock, menciona que, entre los cinco artistas más relevantes, los dos artistas que lideran ese top five son Queen y Los Beatles. Por lo visto, todo parece confirmar la importancia del rock clásico, aún hoy.

El rock ¿sigue siendo global?

En párrafos anteriores se mencionaba que, gracias a los nuevos formatos de distribución musical, la música rock había perdido importancia relativa frente al crecimiento de otros géneros musicales, entre ellos toda una serie de géneros locales, variaciones de rock y pop de origen no anglosajón y música relacionada con diversos grupos étnicos.

A partir del cambio cualitativo y cuantitativo, en términos de ampliación de mercado, que produjo la globalización de las comunicaciones en los años ochenta con la televisión y los canales de música por cable, primero, y luego con el desarrollo de internet, salieron a luz un gran número de propuestas musicales que ampliaron el horizonte de lo que se consumía musicalmente. En este sentido, las compañías discográficas alentaron explícitamente la difusión de toda una serie de artistas de otros grupos étnicos, regiones del mundo o en los márgenes del pop y rock global.

Si bien, la existencia e influencia de músicos de otros orígenes étnicos diferentes al anglosajón no es nueva en la música rock (Anderson, 2000), su participación fue siempre muy esporádica. Por ejemplo, en los cincuenta y sesenta músicos (World Music Central, 2020). como Ritchie Valens, creador de La Bamba, o el guitarrista Santana en Estados Unidos abrieron el camino de los latinos en la cultura rock norteamericana. En los años sesenta Ravi Shankar, influyó la cultura hindú y su música en la música de los Beatles. Durante los años setenta, en Inglaterra primero, y luego en los Estados Unidos, músicos jamaquinos de reggae como Peter Tosh y Bob Marley, y de rocksteady y ska como Jimmy Cliff, The Skatalites o The Gladiators impactaron tanto en el blues rock como en la música punk y new wave inglesas. Todos ellos empezaron a trabajar y girar en los países centrales mediante importantes contratos de grabación y giras por esos países.

El surgimiento en los años ochenta del World Beat, a partir de la incorporación de ciertos sonidos y artistas invitados como Youssou N'Dou, L. Shankar, Bakithi Kumalo, Mike Makhalemele y Celia Cruz, entre otros, en los trabajos de artistas como Peter Gabriel, Paul Simon y David Byrne, abrieron el camino para que la música pop, ya globalizada, ampliara su horizonte musical para difundir, en primera instancia, artistas de origen africano, el subcontinente indio y América Latina, y luego incorporar métricas y rítmicas de esas regiones a la música pop global.

Ya en 1982, Peter Gabriel funda y globaliza el famoso festival de músicas y culturas del mundo WOMAD (World of Music, Arts & Dance). En lo estrictamente musical los ejemplos discográficos más elocuentes son los discos *So* (1986) de Peter Gabriel, *Graceland* (1986) de Paul Simon y *Rei Momo* (1989) de David Byrne. En esos años se empieza a consolidar el término World Music (Britannica.com, 2020) en la industria discográfica, para definir, desde un punto de vista comercial, a todas aquellas músicas que no son de origen occidental, sean estas tradicionales o modernas, y que están producidas o distribuidas por la sellos discográficos y productoras principalmente de Estados Unidos y Europa.

Esta tendencia se consolidó en los países anglosajones, y luego en Europa continental, con la aparición de varios sellos discográficos de World Music, la oficialización en los premios Grammy (Grammys.com, 2020) a la mejor producción del género en 1991 y el éxito de varios artistas no anglosajones en diferentes partes del mundo.

Ejemplos de esto último son el éxito del nuevo flamenco y la rumba española de los Gipsy Kings y su bamboléo (1987), el crecimiento a fines de los ochentas y la consolidación en los noventa del grupo francés Mano Negra con Manu Chao –que combinaba rock, punk y ska con diferentes estilos de músicas del mundo–, la consolidación regional en América Latina de bandas como Soda Stereo y Los Fabulosos Cadillacs de Argentina, Café Tacuba y Molotov de México, Os Paralamas do Sucesso de Brasil, Aterciopelados de Colombia, así como la exitosa conjunción de la música cubana, con el apoyo del guitarrista Ry Cooder, en el álbum Buena Vista Social Club (1997), y el posterior y multipremiado documental realizado por el cineasta Win Wenders.

Todo esto comenzó a abrir el mercado musical a otras músicas, sonidos y experiencias sonoras, e hizo que el rock anglosajón fuera sigilosamente perdiendo atractivo. Muchas músicas, que antes estaban fuera del radar mainstream de la época, comenzaron a escucharse, desarrollando nuevos nichos en el mercado musical. La música anglosajona, y por ende, en gran medida, la música rock cantada en inglés, se fue retrayendo en el resto del mundo. Este es un proceso que se desarrollaría en la segunda mitad de los años noventa y se consolidaría en el nuevo siglo.

Otra variante de ese proceso fue la consolidación del pop latino alentado por las principales compañías discográficas, dentro del mercado anglosajón, o al menos, dentro de las fronteras de Estados Unidos e Inglaterra. Artistas como Shakira, Ricky Martin y Enrique Iglesias se convirtieron en fenómenos globales que trascendieron las barreras raciales, siendo ampliamente consumidos por el público norteamericano de origen anglosajón. Artistas como Juanes, Thalía, Paulina Rubio, Maná, entre otros, se volvieron ampliamente populares no sólo en América Latina sino también en Estados Unidos, donde giraron con relativa frecuencia. Por otro lado, se fue consolidando el mercado discográfico y toda una serie de festivales vinculados a la World Music tanto en los países anglosajones, como en Europa continental y otros países de habla inglesa.

En este contexto, la música rock cantada en inglés se fue volviendo un estilo musical más centrado en el mundo anglosajón y Europa, aunque con continuado atractivo entre las clases medias ya adultas –aquellos jóvenes de décadas pasadas– de países de habla no inglesa. Por fuera de Estados Unidos e Inglaterra la música rock comenzó a competir con toda una serie de artistas locales. En esos países, el rock comenzó a perder terreno frente al hip hop, el nuevo pop adolescente, llamado en inglés el bubblegum pop, derivado del mundo Disney, nuevas boy bands y girl bands, y reality shows televisivos, y la música electrónica. Además, a su vez, se fue consolidando el nuevo pop como mainstream en la industria musical, logrando toda una serie de imitadores en los end markets locales.

Cabe acotar también que el rock en estos países fue perdiendo las características salientes de su identidad musical, frente a una vertiente menos rígida y más abierta a nuevos sonidos derivados de las músicas regionales como la cumbia, músicas centroamericanas y caribeñas, africanas, asiáticas, balcánicas, folklore y reggae, entre otras. Esta mutación y adaptación hizo que el rock se exprese en esos mercados de nuevas maneras, en un formato mucho más relevante, entendible y adaptable al gusto de su público local.

Hoy en día se puede afirmar que sólo el hip-hop, el pop y la Electronic Dance Music son realmente los fenómenos globales de habla inglesa que trascienden a nivel internacional. A nivel regional o local, las versiones locales de estos géneros, el aggiornado mundo

del folklore con tintes pop y nuevas músicas locales le han ganado terreno al rock. En la era, además, de las comunicaciones globales otras regiones y culturas ganan centralidad. Recientemente se menciona (IFPI, 2019) que el reggaetón y el trap, el rap francés o latinoamericano, y el K-Pop de Corea del Sur tienen fuerte importancia a nivel internacional. Esto es visible en los rankings de los servicios de streaming.

En este siglo veintiuno son muy pocos los artistas de rock que hoy pueden ser considerados globales. Más allá de la todavía importante presencia internacional de los artistas de la era clásica que pueden girar por todo el mundo llenando estadios hoy el rock no existe como fenómeno global. Coldplay, The Killers, Evanescence, Paramore, Linkin' Park y Arctic Monkeys pueden mencionárselos como artistas globales de la música rock surgidos en este siglo. No muchos más.

Como resultado de lo expuesto, la retracción de la música rock de habla inglesa en el mundo ha provocado una fuerte pérdida de importancia relativa en términos de su consumo. En parte esto es así porque ese consumo se relaciona con el catálogo de la era clásica, más que la escucha de sus nuevos representantes, y su público es principalmente adulto. Por otro lado, la competencia con otros géneros ya descriptos hace que pierda posición de mercado frente a ellos, sobre todo entre los más jóvenes. En tercer lugar, los nuevos rockeros no son artistas globales, sino locales con foco principalmente en el mercado anglosajón. En este sentido, el rock del siglo veintiuno no es un fenómeno global, sino local con cierta proyección internacional consumido por ciertos melómanos locales. La música rock mantiene entonces su vigencia gracias a sus artistas clásicos y unos pocos de renombre surgidos en este siglo. Para decirlo en pocas palabras, hoy el rock actual es más un cúmulo de artistas exitosos, que una ola musical y cultural.

El rock de los músicos anónimos

Uno de los fenómenos más interesantes de lo acaecido con la música rock a partir de fines del siglo veinte es lo que podría denominar la consolidación de los músicos anónimos o, como lo llama el productor Rick Beato (2018), los artistas sin rostro o *faceless artists*. Durante la era clásica del rock, lo que confirmaba el hecho de que un adolescente se convirtiese en fan de su banda favorita era el hecho de aprenderse el nombre de los integrantes de esa banda. Allí, en la contratapa de los discos y en sus sobres internos primero, y luego en los libritos de los CDs, se terminaba de conocer a todos los músicos que conformaban esas bandas, sus invitados, los productores artísticos y hasta adonde habían sido grabados esos álbumes.

Con la caída del formato físico, y la consecuente digitalización de la música, con el MP3 primero, luego con las descargas "legales" y finalmente con los servicios de streaming, esa información se esfumó. Esa merma de registro fue muy cara al rock. Hizo que se perdiera definitivamente el conocimiento por parte de los fans de sus artistas preferidos, como sus rostros, nombres e información relevante de sus obras. Las bandas de rock se fueron transformando poco a poco en combos de músicos anónimos.

Es difícil determinar con exactitud cuando empezó a ocurrir este fenómeno, pero está claro que hasta la explosión de la música grunge esto no era así. Se sabía perfectamente quienes integraban Nirvana, Soundgarden, Pearl Jam o Alice in Chains. En el rock inglés ya esta situación parecía más difusa. Eran masivamente conocidos los hermanos Gallagher de Oasis pero ¿se recuerdan los nombres de los otros integrantes de la banda? ¿Alguien tiene el registro de quienes eran los otros músicos de Blur aparte de Damon Albarn?

La pérdida de reconocimiento de ciertos músicos de rock comenzó probablemente alrededor del período que va entre el suicidio de Kurt Cobain, en abril de 1994, y el período de declinación del Britpop, alrededor de 1997.

Con la aparición de Napster y el intercambio gratuito de archivos musicales en formato MP3, en 1999, esta tendencia se consolidó. En ese momento se empezó a acumular indiscriminadamente música sin siquiera prestar atención a quien era el artista detrás de la obra, o que se escuchaba, o cual era la calidad de la música que se compartía. Excepto para un grupo de melómanos que seguía intercambiando discos compactos, e intercambiaba cada tanto algún archivo digital e información certera sobre sus bandas favoritas, la música se había vuelto una moneda de cambio vulgar creada por algún artista anónimo.

Coincidió ese momento, la segunda mitad de la década de los noventas, con el surgimiento del Post Grunge en Estados Unidos, en donde salieron a luz una cantidad importante de bandas cuyos músicos terminaron siendo perfectos desconocidos. El productor Rick Beato describe en su columna en YouTube *Is Rock Music Dead?* este fenómeno con bastante claridad. ¿Alguien recuerda los nombres de los integrantes de bandas como Nickelback, Creed, Live, Bush, Puddle of Mudd, 3 Doors Down, Staind, Three Days Grace o Hoobastank?

Varios factores hicieron lugar a este fenómeno. El primero es la falta de relevancia internacional de esas bandas. Ninguna de ellas además logró sobresalir masivamente fuera de las fronteras de su país. El segundo fue un constante proceso de homogenización musical, como resultado de nuevos procesos de producción musical.

Estas bandas de Post Grunge se caracterizaron (Allmusic.com, 2020) por un sonido pulido, listo para salir en las radios, producidas y sonando de manera similar. Era muy difícil diferenciar una banda de otra. El resultado fue un proceso de homogeneización sonora de la música rock gracias a la digitalización definitiva de los procesos de grabación y a la consolidación de un rol quirúrgico de los productores musicales. Como menciona Marquez (2010. p. 9):

En el estudio, el productor es al mismo tiempo un creador, un artista en el manejo de unas herramientas que le permiten una total manipulación de los sonidos; es también un cirujano que abre las ondas sonoras para examinar su interior y así trabajar mejor sobre ellas; y es un consumidor, pues muchos sonidos los extrae de un stock de materiales que mezcla y samplea para crear su propia música.

Algo similar ocurrió con el Post-Britpop en el Reino Unido. Excepto los frontmen de Radiohead y Coldplay, Tom Yorke y Chris Martin, hoy se hace difícil recordar los nombres de músicos de las bandas inglesas de ese período como Travis, Gomez, Starsailor, Snow Patrol, Elastica o Stereophonics, por nombrar a los más relevantes de ese período. Además,

excepto las dos primeras ninguna de ellas trascendió las fronteras del Reino Unido de manera masiva.

A la larga con el Nü Metal, el otro gran estilo relevante de ese período, sucedió una situación similar. Bandas como Filter, Puddle of Mudd, Disturbed, Sevendust, Papa Roach, Godsmack, Staind, Chevelle o Shinedown, incluso las más recordadas como Korn, Limp Bizkit o Blink 182, se transformaron en bandas relativamente importantes con músicos que eran perfectos desconocidos.

Sólo dos bandas tuvieron relevancia internacional y pudieron sobrepasar más allá de sus fronteras: Linkin' Park y Evanescence. Chester Bennington, el fallecido cantante de Linkin' Park, y Amy Lee, líder de Evanescence, fueron sus integrantes más recordados. Más allá de ellos es difícil acordarse del nombre de algún integrante de esas dos bandas.

Los nuevos formatos surgidos del rock alternativo norteamericano, como el Lo-Fi, el Noise Pop o el country alternativo, no trascenderían más allá de sus fronteras. Sólo algunos artistas o bandas como excepciones podrían considerarse de relevancia internacional, como la banda de ska revival No Doubt y su cantante Gwen Stefani, o el solista Beck. Alanis Morissette, la gran cantautora canadiense, gracias a su disco *Jagged Little Pill* de 1995, se convirtió en un referente internacional.

En el terreno del rock alternativo, los ya consagrados Red Hot Chili Peppers, un enloquecido combinado de funk, rap y hard rock surgido en los ochentas en el underground angelino, y los emergentes y contestatarios Rage Against The Machine, una maquinaria furiosa que entrecruzaba rock de protesta con rap y heavy metal denunciando la violencia racial en Los Angeles, lograron con bastante éxito trascender sus fronteras y el cambio de siglo. Los artistas de rock industrial, una vertiente que combinaba cierto ethos electrónico con conceptos vinculados al arte visual y al horror rock, como Nine Inch Nails y Marilyn Manson lograron también relevancia internacional.

Los sobrevivientes de la era grunge, como Pearl Jam, Soundgarden y Dave Grohl con sus Foo Fighters tuvieron carreras exitosas y lograron proyectar sin problemas su música en el nuevo siglo. Guns 'n' Roses, surgidos a mediados de los ochentas en plena locura del hair metal en Los Angeles, siguen vigentes y se perciben los últimos gladiadores del rock pesado.

En Inglaterra, los hermanos Liam y Noel Gallagher, Damon Albarn y su proyecto Gorillaz, y los herederos de la banda The Smiths por separado, su cantante Morrissey y el guitarrista Johnny Marr, quedarían junto a Tom Yorke de Radiohead como los integrantes del último gran seleccionado de la tradición rockera inglesa de relevancia global.

Todo esto se dio en un contexto de pérdida de importancia relativa de la música rock frente a otros géneros musicales. En los noventas (Bry, Russell, Drake, Dharmic X, Kamer, 2018), y dentro de la música afroamericana, el hip-hop, el R&B contemporáneo –una cruce entre R&B y rap– y el neo-soul (Smith, 2020) adquirirían importancia global, generando un exitoso crossover hacia las audiencias blancas.

El hip-hop (Chang, 2017, p. 561) se volvería definitivamente mainstream. Finalmente se empiezan a diferenciar caminos dentro de este género que abrirán nuevas puertas a toda una serie de artistas de diferentes localidades, ciudades, y países, tomando relevancia global y logrando un impresionante apego entre los jóvenes urbanos tanto de color como blancos. Álbumes como *Doggystyle* (1993) de Snoop Dogg, *AmeriKKKa's Most Wanted*

(1990) de Ice Cube, Reasonable Doubt (1996) de Jay-Z, Ready to Die (1994) de The Notorious B.I.G. y Me Against The World (1995) de Tupac Shakur consolidarían definitivamente al hip-hop.

El neo-soul, como describe Chang (2017, p. 562 y 563), volvería a enfatizar el groove en la música y el amor en las letras en la música afroamericana, desde una visión femenina y algo feminista, con gran repercusión. Artistas como Mary J. Blige, Missy Elliot, Erykah Badu, Lauryn Hill, Macy Gray y Alicia Keys, entre otras, se volverían estrellas internacionales.

Con el cambio de siglo, el nuevo y viejo garage rock logró un éxito importante pero efímero principalmente con The White Stripes y Jack White. Más allá de los nombres surgidos en esa línea musical, hoy en día cuesta recordar a otros músicos que no sea el propio White, convertidos en uno de los pocos guitarristas respetados de este tiempo. El resto son músicos sin rostro.

Algo más importante sucedió con la música pop. Esta se reconfiguró a partir de la conjunción entre la industria discográfica y grandes medios de comunicación globales (por ejemplo Disney y Fox), generando toda una serie de reality shows de concursos de talento de franquicia global (entre otros American Idol, desde 2002 y The X Factor, desde 2004).

Si bien este tipo de shows televisivos no eran nuevos, estas nuevas versiones sirvieron lanzar y hacer conocer a nuevas estrellas en el reino de la música pop y, así, revitalizar la industria musical y su listado de artistas en un mercado ya globalizado a través de concursos de talentos y una profunda identificación de sus audiencias con los participantes de esos concursos.

De estos programas de televisión surgieron estrellas como Carrie Underwood, Miranda Lambert, Kelly Clarkson, Adam Lambert, entre otros. Desde Disney y su Mickey Mouse Club (Stavropoulos, 2020) surgieron un buen número de estrellas adolescentes (Greenwald, 2019): primero fue el turno de Christina Aguilera, Britney Spears y Justin Timberlake; más adelante de The Jonas Brothers, Hillary Duff, Selena Gomez, Demi Lovato, Miley Cyrus (y su personaje Hannah Montana), y otros de menor relevancia. La mayoría de ellos están vigentes hasta hoy. En el pop inglés surgieron un número relativamente importante de grupos de chicos y chicas, que darían lugar a los solistas del siglo veintiuno.

En síntesis, el rock, luego del grunge y el britpop, fue perdiendo identidad y relevancia frente a otros géneros. Estos lograron reformatearse y seguir adelante reinventando su posición en el negocio de la música y consolidando nuevos talentos. Sólo unos pocos artistas de rock lograron ser recordados y seguir adelante más allá del cambio de siglo, continuando sus carreras hasta el día de hoy. Hoy estos artistas pueden ser considerados los últimos relevantes de la era clásica del rock. A partir de ahí el rock se alejó de los rankings y del centro de la industria musical, quedando a merced de su propia historia y de su legado musical de su época de oro.

El rock, sus límites y su encrucijada como género musical

Una de las preguntas cruciales al discutir el estado del rock en la actualidad es ¿Qué es lo que define a la música rock hoy? Su característica central siempre ha sido una guitarra

fuerte, con volumen y distorsión. En la actualidad, hay algunos que parecen poner eso en discusión. Pete Townshend (2019), guitarrista de The Who y uno de los pensadores más lúcidos de la cultura rock, argumentó:

El rock no está muerto, lo que está muerto es el rock basado en las guitarras porque simplemente los virtuosos han agotado las posibilidades del instrumento (Pete Townshend, *Ultimate Classic Rock*, Nov. 2019)

Hoy, siguiendo la línea de pensamiento de Pete Townshend, parecería que el virtuosismo en la ejecución del instrumento ha llegado a su máxima expresión. Ya ha habido un Jimi Hendrix, un Eric Clapton o un Eddie Van Halen, por nombrar sólo a tres de los más grandes guitarristas de todos los tiempos, entre otros maestros virtuosos.

En el siglo veintiuno, ese agotamiento no es por falta de capacidad de los guitarristas, sino porque ya han dado lo máximo que se podía dar. Hoy vemos cientos de guitarristas virtuosos en las redes sociales. Gente común que toca la guitarra de forma tan íntegra como esos héroes de la guitarra antes mencionados. Desde ese lugar la capacidad de lograr el dominio del instrumento parece estar lograda. Sin embargo, esto no necesariamente representa un aspecto fundamental para asegurar la continuidad de la música rock.

La afirmación hecha por Townshend dispara además toda una serie de interrogaciones a las cuales no es fácil encontrarle una respuesta adecuada. ¿Hay alguna posibilidad de pensar el rock sin guitarras? Tal vez desde el purismo del género esto sea imposible, aunque tal vez esto no sea imposible de pensar. ¿Estaríamos hablando de la muerte del rock o de su propia transformación? Hoy esta pregunta está más cercana a un debate acerca del purismo musical que al eclecticismo reinante en estos días.

En ese sentido cabría indagar ¿Cómo está representado el legado de la música rock en la música actual? ¿Se definiría por el apego a una definición clásica del género musical o por algún otro aspecto? La definición clásica de rock indica que si hay un buen riff de guitarra y una base poderosa es rock. Esto ya pone un límite al género y, al menos desde un punto de vista tradicional, separa al rock de otros géneros musicales. Pero tal vez no sea esa la cuestión.

La respuesta podría plantearse más en términos de como la música rock atravesó a los músicos actuales, particularmente en la forma de tocar y salir a escena. Así como el rock dejó de ser contracultural y se volvió parte de la cultura actual, expresada en las actitudes y consumos individuales de las personas de hoy en día, en la música eso se expresa en como los músicos se comprometen en su actuación y su forma de tocar. Ahí es en donde se puede ver la impronta de la herencia del rock.

En términos de lo comentado por Frith (2014) no se puede desvincular la música de la performance y la interpretación, las cuales se manifiestan de varias maneras: en la vestimenta, en la interpretación vocal, en la forma de tocar la guitarra, en el sonido de una banda, en el uso del cuerpo, en criterios estéticos. Si prestamos atención a esto seguramente el rock se ve y se percibe vivo.

En las reflexiones finales, haremos un resumen de lo expuesto en esta investigación y llegaremos a algunas conclusiones. Dicho esto, la encrucijada del rock como género musical se da tanto en las características propias estilísticas de su música como en su interpretación. Lo que para algunos podría significar su certificado de defunción –el cambio en sus propiedades musicales más características– para otros podría representar un paso adelante

hacia la transformación y legado de su música y sus características interpretativas en las nuevas generaciones de artistas.

Reflexiones finales

Plantear la muerte del rock como el fin de un género musical desde sus características musicales estilísticas es un análisis simplista y parcial. Sigue habiendo –más como segmentos de mercado que mainstream– toda una serie de jóvenes artistas que siguen editando música y girando por grandes festivales y circuitos en vivo.

Desde un punto de vista musicológico, tiene bastante sentido plantear que las características musicales del rock clásico son más parte de la historia que de la actualidad. La música, como toda actividad creativa y sociocultural, cambia, evoluciona y se transforma, y en ese sentido aparecen nuevas formas de lo que puede entenderse como música rock.

Visto desde una perspectiva más sociológica hay, en el tema que nos compete, razones sociales, culturales, tecnológicas, comerciales e históricas que llevan a pensar que el rock como fenómeno cultural y social bien enterrado está. La sociedad en que vivimos hoy nada tiene que ver con la sociedad de hace –digamos– treinta años atrás, y eso ha impactado en la forma de valorar su importancia.

Sin embargo, y musicalmente hablando, su vigencia se sigue sosteniendo por otras razones. En primer lugar, el rock clásico sigue teniendo atractivo y fuerza, sobre todo entre los adultos sobrevivientes a la era del consumo físico de música, y sus artistas siguen atiborrando salas de conciertos, giras (UltimateGuitar.com, 2019), y festivales (Gwee, 2019). Sus valores como marcas cotizan alto y no parecen caer. Como afirma Reynolds (2014), los artistas actuales todavía siguen sin reemplazar cualitativamente a los de las generaciones anteriores (p. 67). Mientras estos artistas clásicos sigan mostrando a su público su vigencia y legado, el rock seguirá vivo.

En línea con lo anteriormente mencionado, el concepto de rock clásico, surgido en los años noventa, sigue en consecuencia vigente y alimentando toda una gama de actividades comerciales vinculadas a la música rock. El catálogo de las discográficas y las editoriales musicales está bien vivo desde el negocio musical, y parece ganarle al rock actual. La moda de lo retro y la nostalgia sigue generando buenos negocios, por ejemplo en recientes películas, documentales y libros de bibliografías. También programas de radio, merchandising, eventos, revistas y sellos discográficos. Las giras de regreso y las reediciones de catálogo han sido altamente efectivas desde el marketing y en ventas, generando buenas ganancias a discográficas y promotores de conciertos.

Pese a ello, es menester afirmar que el rock hoy no es mainstream. Otros géneros musicales han picado en punta, lideran los rankings, y mueven el negocio mucho más que la música rock, sobre todo en el segmento más joven (MusicBusinessWorldwide.com, 2020), quienes usan y consumen más asiduamente redes sociales y a los servicios de streaming.

La industria discográfica ya no vende discos, y el rock creció en plena era del formato físico. Hoy el negocio se define, en gran parte, por el formato en vivo. Ya no se hacen giras para promocionar álbumes, es lo opuesto: se crean canciones para promocionar giras.

La música rock estuvo históricamente asociada a contratos musicales entre compañías discográficas y artistas con carreras de mediano a largo plazo, los cuales aseguraban la producción en el tiempo de productos físicos con canciones para distribuir en diferentes puntos de venta y ser vendidos al público en general. Esto aseguraba a los músicos una continuidad en el trabajo, y un ingreso determinado por cierto tiempo. Hoy ese modelo es parte de la historia.

Desde el punto de vista de lo afirmado por Gene Simmons acerca de las razones de por qué ha muerto el rock, lo que sobresale hoy como problema es la sustentabilidad del músico novel en el contexto musical actual –que ya tiene veinte años–, y la viabilidad en el largo plazo del paradigma de la autosuficiencia musical. Todavía no está del todo claro cuan viable es este nuevo modelo para la mayoría de los nuevos artistas.

Claramente si hoy el negocio pasa, desde la demanda, por el consumo gratuito –o casi gratuito– de música, difícilmente el artista pueda sostenerse principalmente por la venta de sus canciones o por la difusión de su obra si no tiene atrás suyo un soporte económico adecuado. Además, el negocio del show en vivo, y sus giras, implican todo un trabajo de planificación y organización –costoso en tiempo y dinero por cierto– de difusión comercial, que es difícilmente sostenible en forma individual.

En la época de la gratificación instantánea el paradigma de los jóvenes artistas parece haber mutado hacia el aquí y ahora, y la aceptación de pares. La lógica de desarrollar una carrera de largo plazo parece no ser tolerable. Las acciones rápidas y de corto plazo, sobre todo a través de la difusión en redes sociales entre supuestos amigos, disparan otra forma de moverse en las aguas del negocio musical. Esto no necesariamente es rentable. Aunque sin dudas pueda verse como gratificante, y consiga que este joven artista logre sentirse como una estrella de rock, esto pertenece más a una búsqueda de resultados inmediatos que una planificación delineada por lógicas estratégicas. Tampoco hay una tolerancia hacia un análisis crítico. Todo tiene que gustar, como en los likes de Facebook. La necesidad del aquí y ahora, y de una rápida aceptación, juega en contra a la idea de una carrera duradera y de un trabajo de largo plazo en la música rock, el cual sigue siendo visto como relevante por los managers y productores de la industria musical.

Si bien algunos podrán decir que no hay nada más viejo que seguir preguntándose por la muerte del rock (Varise, 2019) o les parezca una ficción (Fabregat, 2019), la verdad es que no hay, por diferentes razones, contextos que justifiquen que el rock siga siendo un elemento vital en la música popular contemporánea.

Falta, además, un elemento aglutinador dentro de la música rock que logre generar una corriente cultural atractiva para los más jóvenes sea este un artista o una escena musical de relevancia. Su última revolución cultural importante fue el grunge. Lo difuso y heterogéneo de la dinámica de la oferta musical disponible en la internet, en las redes y en los servicios de streaming, hacen inviable que algo como esto vuelva a suceder. Hoy el rock no es más que una propuesta musical acotada y, en algún punto, demodé.

La tecnología, entre otras consecuencias, ha provocado una sobreabundancia en la oferta musical. Desde la demanda de música, el rock se ha vuelto un gusto más en un amplio abanico de sabores musicales, alineado más contextualmente con un estado de ánimo o una tarea a realizar.

La pérdida de importancia relativa frente al crecimiento de otros géneros musicales, la falta de centralidad cultural y la pérdida de capacidad de reinventarse creativamente hacia adelante acentuaron más su declive.

Desde la producción musical, la búsqueda de la perfección sonora –al menos desde la grabación musical– y la consolidación de herramientas de grabación digitales, terminaron de colisionar al rock con la idea de espontaneidad musical y ciertas características emocionales que definían la forma de tocar rock.

En términos sociales, la sociedad ha aceptado a la música rock y sus artistas. Las generaciones actuales son de alguna manera hijas de la cultura rock. En este contexto, el rock no diferencia ni pone a nadie en un lugar especial. No forma parte de un conglomerado cultural diferente al resto como sucedió en los cincuentas, sesentas y setentas, incluso en los ochentas y noventas. A partir de ahí el rock dejó de ser un movimiento de identificación generacional. Además, hoy el rock se planta primariamente, como muchos otros gustos y artes, como una elección individual.

Queda finalmente plantear como avanzará la música rock hacia el futuro. Si el rock está en declinación ¿Qué es lo que lo mantiene vivo más allá del legado artístico? El nuevo rock ¿romperá los moldes propios de sus características musicales más formales? ¿Cómo podríamos definir que es y que no es rock hoy? ¿Cuál es el límite y que lo define? ¿Cómo lo definen los que lo escuchan y los que lo ejecutan? Estas son varias de las interesantes preguntas que pueden plantearse hacia adelante.

Entonces se deberá determinar cómo está influyendo el rock actual en lo musical y culturalmente en las actuales generaciones y en las que están por venir. Solo así se podrá determinar si sus representantes más actuales pueden pasar sin aprietos el test del paso del tiempo y poder comprobar si siguió vivo o finalmente ha muerto y su actualidad es solo una ilusión.

¡Que viva el rock!

Notas finales: La muerte del rock y el COVID-19.

Este trabajo de investigación se terminó de escribir en plena cuarentena obligatoria, en Buenos Aires, durante la pandemia del COVID-19. Como es sabido, la industria musical, entre otras ramas de la industria del espectáculo, se encuentra casi totalmente paralizada (RollingStone.com, 2020). En algún punto, reflexionar acerca de la industria musical en este contexto se parece más a estar hablando de historia antigua que del presente de la industria musical.

Diariamente vemos surgir live streamings en YouTube y redes sociales, eventos musicales, transmitidos desde lugares cerrados, aislados, o desde las propias casas de los músicos. Aunque este modelo, centrado básicamente en el impulso de la difusión artística, no reemplaza ni la rentabilidad ni la emocionalidad previa de un concierto en la etapa previa a la pandemia, surge como la casi única alternativa frente a los conciertos de la era anterior. La industria, además, empieza a debatir con los gobiernos nuevos protocolos para la actividad musical.

El negocio de los conciertos representaba, hasta antes del inicio de esta pandemia global, la mayor parte de los ingresos de la industria musical. Según CAPIF (P.22) ésta encarnaba a fines del 2019, según datos estimados del 2015, un 73% de la composición del Mercado de la música en Argentina. En Inglaterra, según un informe de UK Music (2015), representaba 1.1 billones de libras, extendiendo el turismo musical a 5.2 billones de libras en 2019. En Estados Unidos, según un informe de la empresa Live Nation (2018), los ingresos de la música en vivo para 2020 se estimaban en alrededor de 28 billones de dólares. De un día para otro estos ingresos se han esfumado.

En este contexto, ya han surgido diferentes debates aquí y en todo el mundo acerca de cómo sobrevivirá esta industria a la pandemia del COVID-19. Dados esos montos de dinero, es claro que la industria musical va a sufrir un embate casi letal a su industria. Hoy en día, y en este contexto, sólo parece que seguirán creciendo las otras dos áreas importantes de negocios: las editoriales musicales y la cesión de derechos de uso para filmes, televisión y la emergente industria de videojuegos. Asimismo empezarán a surgir proyectos vinculados con nuevos modelos de difusión a través de internet y realidad virtual.

En este contexto, la venta de instrumentos musicales, equipos y aplicaciones de edición y transmisión, consolas de sonidos portables y otras aplicaciones de uso hogareño no paran de crecer (Rolling Stone, 2020), confirmando la idea de que se avizora un nuevo modelo de eventos y difusión musical basado en una escala sustancialmente mínima, dentro de una nueva normalidad para la música en vivo.

Los días de giras masivas, estadios llenos y festivales para miles de personas parecen estar en un tenso impasse, al menos por un buen tiempo, hasta que aparezca una vacuna o retrovirales para el COVID-19. En este contexto queda claro que costará mucho tiempo, dinero, empleos, proyectos y pérdidas en vidas humanas y materiales para que esto vuelva a tomar el dinamismo previo a esta pandemia.

Mientras tanto, queda hacer tiempo hasta que disminuya la curva de contagios, y ver como la escena musical busca y desarrolla nuevas alternativas para salir de esta encrucijada. Será imperioso repensar creativamente toda la escena musical, y sobre todo, plantear como se podrá volver a ser rentable y a atraer nuevamente a las multitudes sobre lo que quede de ella. De alguna manera se saldrá adelante.

Bibliografía

- AllMusic.com. (2019) Post-Grunge Music Genre Overview. Recuperado de <https://www.allmusic.com/style/post-grunge-ma0000005020>
- AllMusic.com. (2019). Contemporary Country. Recuperado de <https://www.allmusic.com/style/contemporary-country-ma0000002946/artists>
- AllMusic.com. (2019). Rock and roll. Recuperado de <https://www.allmusic.com/style/rock-roll-ma0000002829>
- Altschuler, G. (2003). *All Shook Up. How rock'n'roll changed America*. Canada: Oxford University Press.

- Anderson, I. (2000). World Music History. Recuperado de <https://frootsmag.com/world-music-history>
- Baym, N. K. (2012). Fans or friends? Seeing social media audiences as musicians do. New England: *Participations - Journal of Audience & Receptions Study*, 9,(2).
- Beato, R. (2018). Is Rock Music Dead? Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=1YvXAf_-Tf4
- Beato, R. (2018). What Killed Rock & Roll? (Hint: It Wasn't Hip Hop). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=T0ycwnJArHQ&t=532s>
- Billboard.com. (2020). Chuck Berry Didn't Invent Rock n' Roll, But He Turned It Into an Attitude That Changed the World. Recuperado de <https://www.billboard.com/articles/columns/rock/7728712/chuck-berry-rock-roll-pioneer-attitude>
- Britannica.com. (2020). World Music. Recuperado de <https://www.britannica.com/art/world-music>
- Bry, D. Russell, A. Drake, D. Dharmic X, Kamer, F. (2018). The 10 Best 90s Rappers, Who Dominated Hip-Hop's Golden Era. Recuperado de <https://www.complex.com/music/the-best-90s-rappers/>
- Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas. (2019). Libro blanco de la música grabada en Argentina 2019. Recuperado de <https://www.capif.org.ar/>
- Chang, J. (2017). *Generación Hip-Hop*. (2ª. ed.) Buenos Aires: Editorial Caja Negra.
- Cummings, C. (2016). Infographic: 72% of Spotify Listeners Are Millennials. They're always connected. Recuperado de <https://www.adweek.com/brand-marketing/infographic-what-marketers-need-know-about-millennials-music-habits-170869/>
- Deriso, N. (2017). 17 Rock Stars Who Claimed Rock is Dead. Recuperado de <https://ultimateclassicrock.com/rock-is-dead/>
- Fabregat, E. (2019). "El rock está muerto" y otras ficciones. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/226539-el-rock-esta-muerto-y-otras-ficciones>
- Flanagan, B. (2016). Is Rock 'n' Roll Dead, or Just Old? The New York Times. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2016/11/20/opinion/sunday/is-rock-n-roll-dead-or-just-old.html>
- Forde, E. (2019) For what it's worth: putting a value on music publishing catalogues. Recuperado de <https://www.synchtank.com/blog/for-what-its-worth-putting-a-value-on-publishing-catalogues/>
- Frith, S. (2014). Cap 4: *El género pone las reglas en Ritos de la interpretación: sobre el valor de la música popular*. (1ª ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Spotify. (2020). Global Top 50 on Spotify. Recuperado de <https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZEVXbMD0HDwVN2tF>
- Grammy.com. (2020). Grammy.com : 34th Annual Music Grammy Awards. Recuperado de <https://www.grammy.com/grammys/awards/34th-annual-grammy-awards-1991>
- Greenwald, M. (2019). 20 Super Successful Musicians Who Got Their Start on Reality Shows. The Real Stars of "Star Search" And The True Idols of "American Idol". Recuperado de <https://bestlifeonline.com/reality-show-musicians/>
- Gwee, K. (2019). These are the highest-grossing world tours of 2019 so far. Recuperado de <https://www.nme.com/news/music/highest-grossing-world-tours-2019-far-2523268>

- Harvey, S. (2019). Finneas on Producing Billie Eilish's Hit Album in his Bedroom. Recuperado de <https://www.prosoundnetwork.com/recording/finneas-on-producing-billie-eilishs-number-one-album-in-his-bedroom>
- Hernandez Ruza, J. (2018) El ascenso de las playlists contextuales - Parte I. Recuperado de <https://industriamusical.es/el-ascenso-de-las-playlist-contextuales---parte-i/>
- Hernandez Ruza, J. (2018) El ascenso de las playlists contextuales - Parte II. Recuperado de <https://industriamusical.es/el-ascenso-de-las-playlist-contextuales---parte-ii/>
- Hissong, S. (2020). Sales of Instruments and Music Gear Are Soaring. Will Quarantine Spark a Renaissance? Recuperado de: <https://www.rollingstone.com/pro/features/quarantine-diy-music-renaissance-988394/>
- Hormigos, J. (2010). Distribución musical en la sociedad de consumo: La creación de identidades culturales a través del sonido. *Comunicar*, 17 (34), 91-98. Huelva: Grupo Comunicar.
- IFPI. (2020). The Global Music Report 2019. State of the Industry. Recuperado de <https://www.ifpi.org/recording-industry-in-numbers.php>
- IFPI. (2020). Music Listening 2019 - A look at how recorded music is enjoyed around the world. Recuperado de <https://www.ifpi.org/news/IFPI-releases-music-listening-2019>
- Kiely, M. (2019). Pete Townshend says rock isn't dead, but guitar-based rock is. *Ultimate Classic Rock Magazine*. Recuperado de <https://ultimateclassicrock.com/pete-townshend-rock-isnt-dead/>
- Lavigne-Deville, M. y Fraga, A. (2018). The Power of Live. *Global Live Music Fan Study*. Live Nation Entertainment. Recuperado de https://livenationforbrands.com/wp-content/uploads/2019/04/LN_Power-of-Live_WhitePaper.pdf
- Linker, D. (2019). The coming death of just about every rock legend. Recuperado de <https://theweek.com/articles/861750/coming-death-just-about-every-rock-legend>
- Marquez, I. (2010). Hipermúsica: la música en la era digital. Núm. 14, 2010, pp. 1-8. Barcelona: *Trans. Revista Transcultural de Música*.
- Martín, D. A (2013). Música, industria y promoción: ¿Cómo ha cambiado el marketing musical?. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la Cultura y el territorio*, (14). Cádiz: Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2013.i14.15>
- Media Strategies Inc. (2015). The History of Classic Rock Radio. Recuperado de <http://historyofclassicrockradio.com/classic-rock-radio-format-celebrates-30-years-on-fm-radio/>
- Michigan Radio Stateside Staff. (2014). Classic rock born in Michigan almost 30 years ago. Recuperado de <https://www.michiganradio.org/post/classic-rock-born-michigan-almost-30-years-ago>
- Music Business Worldwide. (2020). The Music Industry Is Still Obsessed With Charts - But It is Always Looking At The Right Data? Recuperado de <https://www.musicbusinessworldwide.com/the-music-industry-is-still-obsessed-with-charts-but-is-it-always-looking-at-the-right-data/>
- Nielsen Music. (2020). Year-End Music Report 2019. Recuperado de https://static.billboard.com/files/pdfs/NIELSEN_2019_YEARENDreportUS.pdf
- Ozzy, D. (2018). Rock is dead, Thank God. *Vice Magazine*. Recuperado de https://www.vice.com/en_us/article/a3aqkj/rock-is-dead-thank-god

- Polimeni, C. (2001). *Bailando sobre los escombros*. (1ra Ed). Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Ramírez Paredes, J. R. (2006). Música y sociedad: la preferencia musical como base de la identidad social en *Sociológica*, vol. 21, núm. 60, enero-abril, 2006, pp. 243-270. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3050/305024678009.pdf>
- Recording Industry Association of America. (2019). U.S. Sales Database. Recuperado de <https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>
- Resnikoff, P. (2018). We Asked a Top A&R Executive If Rock Is Really Dead. Recuperado de <https://www.digitalmusicnews.com/2018/01/25/rock-roll-music-dead-musexpo/>
- Reynolds, S. (2016). *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*. (1ª. Ed. 2ª reimpr.-) Buenos Aires: Editorial Caja Negra.
- Rolling Stone. (2020). How Coronavirus Is Wreaking Havoc on Music. Recuperado de <https://www.rollingstone.com/pro/lists/coronavirus-music-business-latest-974262/>
- Savvides, L y Hand Orellana, V. (2020). Spotify vs. Apple Music: Choosing the best music streaming service in 2020. Recuperado de <https://www.cnet.com/news/spotify-vs-apple-music-choosing-the-best-music-streaming-service-in-2020/>
- Simmons, N (2014). Gene Simmons: 'Rock Is Finally Dead'. *Esquire*. Recuperado de <https://www.esquire.com/entertainment/music/interviews/a26330/gene-simmons-future-of-rock/>
- Smith, D. (2020). How Modern R&B Revitalised Pop Music. Recuperado de <https://www.udiscovermusic.com/in-depth-features/modern-rnb-revitalised-pop-music/>
- Stavropoulos, L. (2020). The 10 Best Disney Channel Stars Turned Pop Singers. Recuperado de <https://www.udiscovermusic.com/stories/disney-channel-stars-pop-singers/>
- Sweeney, M. (2019). Value of UK's live music scene hits record high. Recuperado de <https://www.theguardian.com/business/2019/nov/20/value-of-uk-live-music-sector-hits-11bn>
- Tarifeño, L. (2018). Simon Reynolds: El encanto del rock debe reinventarse. *Confabulario*. Un producto de El Universal México. Recuperado de <https://confabulario.eluniversal.com.mx/el-encanto-del-rock-debe-reinventarse/>
- UltimateGuitar.com. (2019). These Are Top 15 Highest-Grossing Rock Tours of 2019. Recuperado de https://www.ultimate-guitar.com/articles/features/these_are_top_15_highest-grossing_rock_tours_of_2019-100433
- Varise, F. (2019). No hay nada más viejo que seguir preguntándose por la muerte del rock. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/no-hay-nada-mas-viejo-que-seguir-preguntandose-por-la-muerte-del-rock-nid2307013>
- Wawzenek, B. (2016). 25 Years Ago: The SoundScan Era Rocks the Music Industry. Recuperado de <https://ultimateclassicrock.com/billboard-soundscan/>
- Webster, E. y McKay, G. (2016). *From Glynedebourne to Glastonbury: The Impact of British Music Festivals*. Norwich: Arts and Humanities Research Council/University of East Anglia.
- World Music Central. (2020). World Music Resources. Recuperado de <https://worldmusic-central.org/world-music-resources/>

Abstract: Since the middle of the second decade of this century, artists and specialized journalists in music, as well as professionals from the music industry business, have commented on the death of rock music, blaming a whole range of business, socio-cultural or musical factors. Consequently, and perhaps with an inherent curiosity of a music lover, someone might ask: what are the reasons used to argue such a claim? What are the implications? This research paper initially seeks to compile and bring to light the fundamental explanations that are used to discuss the death of rock as a musical genre and raise some questions and hypotheses that respond to this problem.

Key words: music - music production - rock - counterculture - music industry - pop music - mass culture.

Resumo: Desde meados da segunda década deste século, artistas e jornalistas especializados em música, além de profissionais da indústria da música, comentam a morte do rock, culpando toda uma gama de fatores empresariais, socioculturais ou musicais. Consequentemente, e talvez com uma curiosidade inerente a um amante da música, alguém poderia perguntar: quais são as razões usadas para argumentar tal afirmação? Quais são as implicações? Este artigo inicialmente procura compilar e trazer à luz as explicações fundamentais que são usadas para discutir a morte do rock como gênero musical e levantar algumas questões e hipóteses que respondem a esse problema.

Palavras chave: música - produção musical - rock - contracultura - indústria da música - música pop - cultura de massa.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
