

El rock ha muerto ¡Viva el rock!

Marcelo Follari (*)

Fecha de recepción: julio 2020

Fecha de aceptación: septiembre 2020

Versión final: noviembre 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? Esta ponencia 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 - género musical - producción musical - cultura rock – contracultura - actividad cultural - industria música - música pop - estilo rock - música rock

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 177]

1. Introducción

Entender los cambios musicales en la cultura rock permite pensar la evolución de la música contemporánea en su contexto social, y recapacitar acerca de cómo las nuevas generaciones se aproximan al mundo de la música. Esto pretende otorgar un entendimiento profundo a los cambios acaecidos en el mundo de la música en las más recientes décadas, particularmente en el siglo XXI. 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.

Esta ponencia, que es parte de un proyecto de investigación dentro del marco institucional de la Universidad de Palermo, busca acercarse inicialmente 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. Desde este punto de vista, es relevante para todos aquellos interesados en la musicología de la cultura rock, en su negocio, los estudios culturales y las ciencias sociales.

2. ¿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 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* para toda su base de datos y para cada país, muestran claramente que las bandas de rock últimamente vienen brillando por su ausencia (*Spotify*, 2019).

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, Leon Russell, Ronnie James Dio, Gary Moore, Prince, Leonard Cohen, Rick Ocasek y Chuck Berry, entre otros, antici-

pan el final de un ciclo en la cultura rock. Seguramente estas desapariciones físicas también nos confrontan a nosotros mismos con nuestra propia finitud.

Asimismo, en los últimos años, más específicamente 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, y tal vez con una curiosidad inherente de un melómano de la música rock, la pregunta fundamental es: ¿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 ponencia es explorar brevemente 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.

3. Marco teórico

Esta ponencia toma como marco conceptual la posición de Simon Reynolds (2016) en su libro *Retromanía*. 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 reproducen el período de esplendor impidiéndole avanzar musicalmente al rock, e imposibilitando el avance hacia una superación musical de lo ya hecho.

Desde este punto de vista del autor de esta ponencia, el rock del siglo veintiuno está afectado por toda una serie de tendencias: de negocio en la industria musical, sociocultural, tecnológica y estilística. Esto ha producido un contexto que, pese a la existencia de excelentes artistas y ejecutantes en la actualidad, han limitado e inclu-

so disminuido 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 del rock sigue reposando en esos artistas. Estos puntos serán discutidos a continuación.

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

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

Estoy muy triste porque el siguiente 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. (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 nadie sintió que había que pagar por la música, y como resultado el artista no cobraba un centavo por su obra.

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. Esto trajo aparejado toda una serie de cambios en la industria musical. Desde el punto de vista del consumidor, el principal resultado fue 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 industria discográfica en Estados Unidos de la Recording Industry Association of America (RIAA, 2019), el 2014 y 2015 fueron los peores años en ingresos para esa industria. Luego de ganar la batalla legal contra Napster la industria comenzó a buscar nuevas formas de negocio, que finalizaron con la consolidación del modelo de *streaming* actual. 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. Con el correr del tiempo, las compañías discográficas se fueron 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 no estuvieron de acuerdo (Brian Johnson de AC/DC, Dave Gröhl de Foo Fighters, entre otros). Independientemente de estar a favor o en contra de su postura, los hechos confirmaron varias cosas con relación a las nuevas camadas de músicos. Los músicos pasaron de buscar un contrato con una

discográfica a trabajar su propia autogestión. Los costos antes financiados por las compañías discográficas ahora deberían ser solventados por el mismo artista. En este nuevo contexto, el artista no debía preocuparse solo por su música, sino además, por los costos de producción, comercialización y distribución de su propia obra. Hoy en día, a pesar de haberse afianzado este nuevo modelo, el principal problema que los artistas afrontan es la difusión de su obra. Esto significa que en la actualidad cualquier artista puede publicar su obra en un servicio de *streaming* a través de una distribuidora digital. A pesar de ello la cantidad de escuchas puede ser nula o mínima sin apoyo publicitario. Simplemente porque solo 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 esas plataformas. En un artículo interesante 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, 2013, p. 193).

En este sentido, las palabras de Gene Simmons parecen sabias. Para un artista los costos asociados a la difusión de su obra son tan altos que se vuelve una tarea titánica económicamente hablando. En este sentido, solo aquellos que tienen un respaldo pueden avanzar en esta tarea. Sin embargo, y dado el nuevo crecimiento experimentado por la industria musical a partir de 2017 con la emergente rentabilidad del *streaming*, la primera y más obvia pregunta sería ¿Estos cambios han logrado matar al rock como género musical? Si esto fuera cierto ¿Por qué ha matado al rock y no a otros géneros? ¿Esto quiere decir que en este siglo no hay artistas de rock exitosos en la industria musical? Responderemos estas preguntas más adelante.

5. El rock como cultura y no como contracultura

En segundo lugar, cabe afirmar que, en sus orígenes, la cultura rock se identificó con toda una serie de cambios culturales (Alstshuler, 2003): la liberación en la conducta sexual de los jóvenes, la integración racial en medio de los conflictos raciales existentes en la sociedad norteamericana de su tiempo y en tercer lugar, el conflicto generacional con la cultura de sus padres. El surgimiento de la cultura rock fue uno de los catalizadores de esa revolución contracultural. Si bien el rock no cambió el mundo, sí sirvió para acercar a los más jóvenes las ideas y valores del cambio cultural. El rock y la cultura rock siempre estuvieron vinculados directa o indirectamente a ciertas problemáticas sociales, con fuerte hincapié en la problemática joven o adolescente. Desde los conflictos generacionales en los cincuenta hasta los estallidos raciales en la ciudad de Los Ángeles en los años noven-

ta, confirman que el rock estuvo cerca de las temáticas sociales. Esto no parece ser lo que sucede en la actualidad. El rock hoy se ha separado formalmente de su potencia contracultural y se ha quedado más en su propia efervescencia musical.

Más allá de ciertos temas puntuales, cabe decir que muchos de los conflictos socioculturales anteriormente mencionados han sido superados en la sociedad occidental. Asimismo, muchas de las pautas culturales asumidas por las nuevas generaciones son herederas de la cultura rock. En lo estético, esto se refleja en la cultura de individuación como por ejemplo los *piercings*, tatuajes, cortes de cabello y diferentes estilos de vestir por ejemplo. Hoy en día ya hay por lo menos cuatro generaciones influidas directa o indirectamente por la cultura rock.

Musicalmente el rock hoy es parte del paisaje musical, siendo aceptado por la sociedad en general. En este sentido parte de la caída del rock adquiere sentido en la confirmación de que esas tendencias ya no son contraculturales sino culturales. Esas tendencias -particularmente en este siglo - son parte de la sociedad y de la cultura actual. En ese sentido su supuesta muerte no es porque no se acepte ciertos valores que cobraron fuerza dentro de esa cultura rock sino por lo contrario, porque esos valores fueron finalmente aceptados e internalizados por la sociedad en general. En síntesis, su aceptación como parte de la cultura occidental 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 un adolescente puede formar su propia personalidad independientemente de que la música ocupe un lugar central en su vida. Sus ídolos de referencia pueden provenir o no de la música, así como también de otras artes u ocupaciones, como el deporte, la cocina, los viajes, la política, etc. En este sentido el rock no necesariamente es constitutivo 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 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. (se cita en Tarifeño, 2018)

Claramente el rock parece haber perdido esa chispa especial que tenía en su era clásica. Este provocaba identificación y formaba una parte central de la cultura juvenil. Es claro que no solo es un problema de la cultura rock sino también de los rockeros de este tiempo. La música parece ser más un fondo musical para escuchar en auriculares cuando vamos por la calle que un catalizador de ciertas expresiones de la cultura de este tiempo. Hoy los músicos de rock se han vuelto eso, solo músicos. La música rock es un género más en el amplio universo musical de los servicios de *streaming*. ¿Podría esto cambiar en el futuro? Poder podría cambiar. Sin embargo esto no necesariamente depende de aquellos músicos y personas relacionadas a la cultura rock. Depende de los vientos culturales de la época.

6. 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 las condiciones de producción y creación 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 los nuevos tiempos, sobre todo entre los más jóvenes. Es más fácil usar hoy una aplicación en un teléfono celular, hacer una letra, grabarla en un celular y subir esa canción a alguna red social que hacer el proceso antes mencionado. La experiencia de gratificación instantánea choca entonces claramente contra el esfuerzo y la dedicación que se necesita para una verdadera carrera en la música.

Otro gran cambio en la producción musical -particularmente en el proceso de grabación - es la búsqueda de la eliminación del error humano. En el rock clásico, el error del artista podía ser considerado parte de la tensión inherente de la ejecución en un raptó de emoción, y no un error a regrabar. La búsqueda de perfección sonora en herramientas como el *ProTools*, *Ableton*, los procesadores de sonidos, los efectos digitales y compresores busca desterrar ese toque propio de la grabación en vivo, tan clásica y vital a la vez en busca de un sonido casi perfecto. El objetivo del rock no era necesariamente la búsqueda de la perfección sonora, sino la transmisión de una intensidad musical y emocional, una actitud, una posición, que la música en su ejecución buscaba resaltar. Esto no necesariamente implicaba un desdén por la calidad, al contrario, remarcaba la tensión entre la emoción y la calidad en el dominio del instrumento. 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 clave en la cultura rock de la era clásica.

La consolidación del *streaming* y de la masificación de la cultura del video en *YouTube* han facilitado el acceso al más variado abanico musical del que se tenga memoria, facilitando la escucha de todo tipo de géneros, estilos y artistas. 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).

Otra de las consecuencias de la tecnología del *streaming* de música (por ejemplo *Spotify*, *Amazon*, etc) o videos (*YouTube*) es la sensación de agotamiento por exceso (Reynolds, 2016, p. 109), un aburrimiento consecuencia de una saturación de la oferta musical, la distracción que produce, la ansiedad que genera. Básicamente el acceso a más de cincuenta millones de canciones es virtualmente imposible en una vida entera. El acceso a cualquiera de esas canciones por el mismo valor hace que en el fondo nada se termine diferenciándose entre sí, ni adquiera un valor relativo mayor. En algún punto todo está como igualado. Podemos pasar de una canción a otra sin que medie ningún esfuerzo, ni nos provoque ningún estupor. Todo es igual, nada es mejor ni peor, el valor de uso es casi irrelevante. Esto provoca enormes consecuencias. Si antes, en la era clásica del rock y pre-*Internet*, la búsqueda de un disco implicaba al menos el esfuerzo de revisar catálogos, ir a una disquería, ordenar un disco, esperarlo hasta que el distribuidor lo entregara, comprarlo, llegar a nuestra casa, ver el arte de tapa, estudiar la contratapa, leer las letras, ver las fotos de los sobres internos, para finalmente ponerlo en el tocadiscos y escucharlo, hoy con apretar de un dedo cambiamos de una canción a otra sin alterarnos. La vida en modo *shuffle*. Esa instantaneidad hace que el valor relativo de la música disminuya. No hay sorpresa, esfuerzo ni emoción. En la cultura rock esto implica que esa relación de admiración por ciertos artistas no implique ningún ahínco ni atención. En síntesis, se pierde esa conexión que se generaba entre el músico y el apasionado de su música. Hoy ser entusiasta de un artista no implica dificultad, seguimiento ni una voluntad especial. Históricamente en la era clásica del rock, la conexión con el artista implicaba finalmente un esfuerzo por acortar la distancia con el artista. Hoy ese esfuerzo prácticamente no existe, ni tampoco la distancia, debido a la cercanía e instantaneidad provocada por las redes sociales. Como explica Simon Reynolds en su libro *Retromanía*:

el aburrimiento no es por hambre, no es una respuesta a la privación; es una pérdida de apetito cultural, una respuesta al exceso de reclamos sobre nuestra atención y nuestro tiempo. (Reynolds, 2016, p. 109)

La cultura rock se ha visto afectada es en lo que se podría llamar la construcción de la 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 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 resumen, la tecnología ha tenido un profundo impacto en la forma en que escuchamos y vivenciamos la música en general. En particular, para la música rock, ha implicado una pérdida de importancia relativa frente a otros géneros y estilos musicales. Pese a esto, estar por verse si esa lealtad tan incondicional de los rockeros hacia sus ídolos ha perdido profundidad. En realidad, ese tal vez no sea el tema de fondo. Tal vez que en este nuevo contexto donde las relaciones sociales están atravesadas por una profunda languidez, la conexión del rock con aquellos que no son sus fanáticos más acérrimos esté más diluida que en otros períodos históricos.

7. El rock como repetición

Uno de los puntos que más llama la atención a aquellos que han venido escuchando música rock por décadas, periodistas especializados y críticos musicales, es la falta de innovación demostrada por la música rock en este siglo veintiuno. Vivimos en la era de los estilos post.

Si bien esto no invalida las nuevas músicas ni por su calidad de ejecución ni técnica de esas propuestas, para aquellos melómanos de la vieja guardia del rock, y como indica Simon Reynolds (2016) nada parece tener sabor a nuevo. Lo que hay parece ser meras repeticiones de lo hecho en la era clásica. En este sentido, el 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 como un punto de fuga, generando algo novedoso. En este sentido el rock de hoy no parece avanzar hacia algo distinto. Esto no implica que no haya grandes artistas o virtuosos en el género. De hecho abundan, y tal vez no haya tanta gente con tanta capacidad de manejar tan bien un instrumento musical como en esta época. Sin embargo, falta una sensación de novedad, sorpresa, de estar escuchando algo que nunca se escuchó antes. De vuelta ¿Esto implica que no haya buena música rock? No. Simplemente implica que lo que estamos escuchando puede ser muy bueno, pero ya lo hemos escuchado antes. 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 del parentesco (Polimeni, 2001) entre el *rhythm & blues* y otros estilos de la música afroamericana, el folk y la música country de Estados Unidos, su posterior evolución implicó además tomar de otros géneros u estilos ejemplos que van desde la música clásica hasta el calipso centroamericano, o de sus propios antecedentes musicales, el blues y el country por ejemplo, para construir nuevos sonidos y seguir evolucionando hacia adelante.

Hoy en día, uno de los problemas que afronta la música rock es la escasa capacidad de generar novedades, musicalmente hablando. La toma de referencias anteriores no produce un producto nuevo o novedoso sino una mera repetición de lo hecho en décadas pasadas. Estéticamente parece que tampoco nada sorprende demasiado.

La capacidad de la música rock de superarse a sí misma depende, en principio, de sus propios actores y de su propio compromiso de generar una propuesta atractiva,

con una fuerte y atractiva personalidad. Como se analiza en un reciente 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).

Si otros estilos musicales han podido avanzar y adaptarse a los nuevos tiempos lo que realmente define la situación es que el gran problema no surge de la música en general, sino en ciertas particularidades propias de la música rock y sus actores. Tal vez todo lo que tengamos que hacer es pedirle a la música rock sea solamente un poco más de actitud y desenfado. Tal vez, siendo un poco menos conservadores y correctos políticamente hablando, y un nuevo aliento desde la industria discográfica, el rock pueda despegar de su letargo y atraer nuevamente al gran público, y sobre todo a su público principal: los adolescentes. Si bien, como aseveramos antes, nadie puede discutir la calidad de los artistas más exitosos de este periodo, 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.

8. El rock y los límites del género musical

Una de las preguntas centrales en este debate es ¿Qué es lo que define la música rock hoy? El rock and roll en sus comienzos fue un formato musical basado principalmente en la guitarra como instrumento constituyente, un fuerte *back beat* de bajo y batería, una melodía pegadiza y tres acordes (Allmusic.com, 2019). En el rock, a partir de los 60s, la guitarra ha sido el instrumento central en su música. La característica central del rock es una guitarra fuerte, con volumen y distorsión. Sin embargo, Pete Townshend (2019), guitarrista de *The Who* y uno de los intelectuales más lúcidos sobre la cultura rock, argumenta:

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

La afirmación hecha por Townshend es inteligente, y dispara toda una serie de preguntas a las cuales no es fácil encontrarles 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 no. ¿Esto implicaría la muerte del rock o su propia transformación? No lo sabemos todavía, pero podría decirse que hasta ahora el rock sigue evolucionando en base a su formato musical de guitarras, como describimos más abajo nombrando una serie de artistas actuales. ¿Sería aceptable por los músicos y por sus seguidores un rock sin guitarras? Estas preguntas dependerán

en parte de como los músicos y seguidores definan al género en estos nuevos tiempos.

Hoy parecería que el virtuosismo ya se ha conseguido. Ya hemos tenido un Jimi Hendrix, un Eric Clapton o un Eddie Van Halen por nombrar algunos de los más grandes guitarristas de todos los tiempos, entre otros maestros virtuosos. En el siglo veintiuno, y según esta postura, los músicos de rock han agotado la capacidad de innovar en el instrumento, no por falta de capacidad sino porque ya se ha dado todo lo que se podía dar. Partiendo desde este lugar uno podría preguntarse: ¿Hay rock sin innovación? ¿Es posible continuar simplemente sin encontrar algo que renueve el género? Tal vez habrá que esperar un poco más a ver como el rock evoluciona en los próximos años para saberlo.

De la definición clásica de rock uno podría decir qué es rock y qué no es rock. Claramente si hay un buen riff de guitarra y una base poderosa es rock. Esto ya pone un límite al género y permite identificar esa delgada línea, al menos desde un punto de vista tradicional, que separa al rock de otros géneros musicales. Analizando algunas bandas del siglo veintiuno, uno puede identificar que bandas están o no del lado del rock. Lo primero que habría que decir es que han surgido toda una serie de bandas de rock y que el rock no está muerto. Sigue habiendo rock de guitarras, tal vez no con la originalidad buscada o planteada arriba que algunos podrían desear, pero tenemos en la segunda década del siglo veintiuno artistas toda una serie de artistas que claramente pueden identificarse desde el rock.

Entre los más importantes de esta década podría destacarse a Jack White y su revival del garage rock, Joe Bonamassa, y John Mayer reescribiendo las páginas del blues urbano, Jack Johnson haciendo canciones suaves desde el océano pacífico, cantautoras como Michelle Branch y Lisa Loeb, artistas de heavy metal como *Ghost* o *Mastodon*, el neo-rock progresivo de Steven Wilson, el Indie Rock de Courtney Barnett, la neo-psicodelia de *Tame Impala*, la nueva ola de *The Killers*, la vuelta al mundo mod de *Kaiser Chiefs*, el hard rock de *Alter Bridge* y *Halestorm*, el neo-folk de *Mumford & Sons*, *Father John Misty* y *Angus & Julia Stone* entre otros, el post brit-pop inglés de *Coldplay*, el Nu Metal de *Linkin Park*, *System of a Down* y *Slipknot*, el dirty rock de *Rival Sons* y *Black Rebel Motorcycle Club*, el emo punk de *Paramore*, la recuperación del R&B clásico por Leon Bridges, el country rock de Sturgill Simpson y Chris Stapleton, el post grunge de *Shinedown* y *Breaking Benjamin*, y la lista puede seguir...

Los artistas que han trascendido históricamente, los grandes clásicos del rock, son artistas que han innovado ya sea desde el formato, desde lo creativo, desde la instrumentación en alguna canción. Sobran ejemplos. El desafío de la creatividad o la búsqueda de la novedad si bien no es necesariamente una obligación de los músicos de rock, ha sido una constante que ha hecho evolucionar al género. Su trascendencia estuvo basada en la ruptura de posiciones tradicionales. Sin esa trascendencia el rock sería solo música. Tal vez sea ese el problema. En este sentido parece no haber más héroes en el rock.

9. Reflexiones finales

Entonces ¿ha muerto el rock? Pese a las disquisiciones arriba descritas el rock no parece haber muerto. Lo que sí ha sucedido es que se ha cambiado su propia posición como motor de la industria discográfica, ha perdido en importancia relativa frente al crecimiento de otros géneros musicales, ha perdido centralidad cultural y la capacidad de reinventarse creativamente hacia adelante. La industria discográfica ya no vende discos. El negocio pasa por el formato en vivo, el *merchandising* y las editoriales musicales. Ya no se hacen giras para promocionar discos; es lo opuesto: se crean canciones para promocionar giras. A pesar de ello hay toda una serie de artistas que han logrado construir carreras exitosas. Pese a que ya la industria no financie masivamente carreras musicales como en los años setenta, y aunque las financie con cierta aversión al riesgo, esto no ha dejado de suceder ni ha matado al rock. Desde el punto de vista de lo afirmado por Gene Simmons, lo que sobresale como problema es la sustentabilidad del músico novel en el contexto musical actual – que ya tiene veinte años – y la viabilidad del paradigma de la autosuficiencia musical. Todavía no está del todo claro si es viable para la mayoría de los artistas emergentes.

El rock también depende de un modelo sustentable de negocios. Todos pueden componer y grabar a bajo costo, pero el gran tema hoy es hacerse conocer, y a partir de ahí generar nuevos ingresos. Con la sobreoferta musical existente cualquier banda que quiera mostrarse al gran público necesita difundir su obra en forma masiva y diferenciada de otros artistas. Eso solo se logra con una gran inversión de capital. Consecuentemente los que pueden ser sustentables a largo plazo son aquellos que dispongan del capital suficiente para poder invertir en marketing y promoción. El resto podrá tocar, grabar y subir su música, fotos y videos a las redes. Eso no implica para nada lograr una carrera exitosa y sustentable. Dicho esto parece que unos pocos podrán salir adelante. Los supuestos casos de éxito son en el fondo las excepciones. No son la regla. En conclusión, el modelo clásico anterior de la industria discográfica permitía un desarrollo claro de un negocio que a la larga benefició a toda una serie de artistas, permitiendo el desarrollo de carreras de largo plazo, con un fuerte acento en la creatividad y la experimentación musical. El modelo actual no ayuda a esto, no fomenta carreras musicales – solo invierte en profundizar algunos casos de éxito y propuestas de muy bajo costo inicial -, y la originalidad creativa queda aplastada ante la necesidad de salir al ruedo con algo rápido que genere cierto éxito musical.

El rock fue y es una parte clave del negocio discográfico. Hoy lo es por principalmente por el valor de catálogo. Este sigue siendo importante porque, como afirma Reynolds (2014) con relación a un comentario aparecido en el *Wall Street Journal*, los artistas actuales todavía siguen sin reemplazar cualitativamente a los de las generaciones anteriores (p. 67). El rock de hoy no es *mainstream* y compite con otros géneros musicales. En parte es porque la industria musical no alienta desarrollos de largo plazo, y el modelo que subyace es la producción del bajo costo.

El rock implica invertir en carreras de medio término. El modelo actual invierte el modelo de la época clásica del rock. En ese modelo, la inversión de capital era alta para los artistas de mayor calibre. Los planes de trabajo eran de al menos cuatro o cinco años, renovables. Hoy cualquier artista *mainstream* graba rápido una o dos canciones y se estira su éxito todo lo posible. Pocos con los que desarrollan una carrera de largo alcance.

Pese a todo hay un público ávido de guitarras sonando fuerte y actitud a la hora de tocar. La atracción que producen los recitales de los grandes artistas de la época clásica del rock es indiscutible. Las giras de regreso y las reediciones de catálogo son todas altamente efectivas desde el marketing y en ventas, siendo un negocio casi seguro para discográficas y promotores de conciertos. Bandas y artistas de rock clásico como *Metallica*, *Kiss*, *Bob Seger*, *Elton John*, *Bruce Springsteen*, *U2*, *Rolling Stones*, *Guns n' Roses*, *Fleetwood Mac* y *Paul McCartney* figuran en el podio de las giras más exitosas. Estos artistas siguen dando que hablar. Como se mencionó antes, los nuevos artistas de la música rock no han producido el legado musical a la altura de los grandes clásicos. Al menos no todavía. Todavía es temprano afirmarlo. 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 artistas que puedan superar el legado ya existente de estos artistas al menos sexagenarios.

Además falta de una propuesta dentro de la música rock que logre generar una corriente cultural. La cultura rock fue siempre una propuesta generacional, viva, que buscaba al menos preguntarse cómo cambiar algunas cosas en relación con nuestras vidas. Desde Elvis moviendo la pelvis hasta la desazón de la generación *grunge*, había una necesidad de expresar críticamente el estado de ciertas cosas, o al menos la capacidad de mostrar ciertos estados. Hoy ese elemento, lo destacamos anteriormente, no está presente. El rock es una *playlist* que nos da música de fondo, pero no mucho más.

La tecnología ha provocado una sobreabundancia de propuestas musicales. Todo está disponible. Escuchamos música como nunca. Sin embargo, el desapego es cada vez mayor. Reynolds (2014) afirma que la sobreoferta de música produce hastío y ansiedad (p. 109). Nada nos identifica ni nos representa como antes. En ese contexto, la identificación con la música rock actual no es más que la identificación de un estilo musical dentro de otro ciento de propuestas musicales.

Desde la producción musical, la búsqueda de la perfección sonora – al menos desde la grabación musical – choca con la idea de espontaneidad musical y la transmisión de la emoción que cultivaba la música rock. Desde los nuevos formatos de grabación, la facilidad y accesibilidad de aplicaciones y sonidos disponibles aletargan el esfuerzo y la búsqueda de la habilidad y calidad en la ejecución. La necesidad del aquí y ahora le juega en contra al rock.

En términos sociales, la sociedad acepta a la música rock y sus artistas. Todos somos de alguna manera hijos de la cultura rock. En este contexto, el rock no diferencia ni

nos pone en un lugar especial. No formamos parte de un conglomerado cultural diferente al resto, como sucedía en esas nuevas generaciones de los cincuentas y sesentas. En ese sentido, hoy la cultura es una cultura rock. Estamos más o menos consustanciados con ella. La diferencia es una cuestión de gradientes. Además, en la era de la diversidad cultural, el rock no está en el centro de la cultura contemporánea sino que se percibe como un estilo de vida más entre muchas otras opciones.

Se ha hablado en esta ponencia sobre los límites del género musical. En su historia el rock ha dado todo en su formato más básico: *backbeat*, poderosos riffs de guitarra y melodías vocales ostentosas. ¿Es que ya se han escrito todas las canciones posibles? O tal vez ¿se han escrito ya las mejores canciones posibles? Es difícil creer que lo primero sea cierto. Sin embargo cabe preguntarse lo segundo, y si en el mejor de los casos, cuantas de las mejores canciones del rock pertenecen a una banda de rock de este siglo. Algunas tal vez sí.

El crecimiento de la música rock se ha basado en la apertura a improvisaciones, experimentaciones, ideas de otros géneros y estilos, y músicas de otra época u otro lugar. La posibilidad de avanzar hacia nuevos estilos o formatos de canción fue dada por la loca idea de retomar lo hecho y dar un giro hacia algo nuevo. Esto cuesta verlo en la actualidad. El rock se ha vuelto algo post. Su avance es una mera continuación de lo hecho. Tal vez esto no necesariamente implique algo malo. Tal vez estemos en un período transicional. Hay toda una serie de músicos virtuosos, pero no necesariamente músicos que provoquen rupturas musicales o lleven al género hacia algo diferente. Este es un punto central a la hora de definir parte de los problemas que ha venido teniendo el rock. En algún punto el rock ha decidido quedarse donde estaba. El rock como género debería pensar cómo salir hacia adelante. Debería pensar donde encajan la creatividad, la innovación, la actitud y el virtuosismo en este rompecabezas.

Los cambios en la industria musical hacen repensar la relación entre el artista y su obra, y las compañías discográficas. También como los artistas difundirán sus obras. En el pasado, la difusión era parte del área de marketing de las compañías discográficas. Hoy, en el mundo del artista independiente es responsabilidad primaria del artista. El rock estuvo intrínsecamente ligado al mundo de las compañías discográficas. ¿Podrá sobrevivir sin ellas? Es esperable que el rock vuelva a crecer cuando la industria discográfica lo vuelva a poner en un lugar central, primando tanto proceso de creación artística como un compromiso mínimo con el artista y su proceso de crecimiento artístico a través de la difusión.

Si bien el rock no ha muerto, al rock le queda por delante el desafío de reconquistar el centro de la escena. Sin duda tiene más competencia, ya que otros géneros le han tomado parte de la actitud contracultural y los valores de otras épocas y la han resignificado a la actualidad. Los géneros mencionados al principio de esta ponencia, como el hip-hop, el pop o la electrónica entienden bien esto. El rock podrá recuperar el espíritu adolescente no solo con música sino también con un espíritu rebelde y desconstruido que lo caracterizó en épocas pasadas.

En lo musical, la supervivencia del rock deberá estar fuertemente ligada no solo al virtuosismo y al talento, sino también a la capacidad creativa y de absorción de nuevas ideas, y sobre todo, la capacidad de resignificar su música a los nuevos tiempos y públicos. Solo las bandas que puedan entender esto pasarán el test del paso del tiempo. ¡Que viva el rock!

Referencias bibliográficas

- Global Top 50 on Spotify*. Disponible en <https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZEVXbMD0HDwVN2tF>
- Reynolds, S. (2016). *Retromanía – La adicción del pop a su propio pasado*. (1ª. Ed. 2ª reimp.-) Buenos Aires: Editorial Caja Negra.
- Linker, D. (2019). *The coming death of just about every rock legend*. The Week. Disponible en <https://theweek.com/articles/861750/coming-death-just-about-every-rock-legend>
- Simmons, N (2014). *Gene Simmons: 'Rock Is Finally Dead'*. Esquire. Disponible en <https://www.esquire.com/entertainment/music/interviews/a26330/gene-simmons-future-of-rock/>
- Recording Industry Association of America. (2019). *U.S. Sales Database*. Disponible en <https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>
- Deriso, N. (2017). *17 Rock Stars Who Claimed Rock is Dead*. Disponible en <https://ultimateclassicrock.com/rock-is-dead/>
- Martín, D.A (2013). *Música, industria y promoción: ¿Cómo ha cambiado el marketing musical?*. Periferica Internacional. Revista para el análisis de la Cultura y el territorio, (14). Cádiz: Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz. Disponible en <http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2013.i14.15>
- Altschuler, G. (2003). *All Shook Up. How rock'n'roll changed America*. Canada: Oxford University Press.
- Tarifeño, L. (2018). *Simon Reynolds: El encanto del rock debe reinventarse*. Confabulario. Un producto de El Universal México. Disponible en <https://confabulario.eluniversal.com.mx/el-encanto-del-rock-debe-reinventarse/>
- Resnikoff, P. (2018). *We Asked a Top A&R Executive If Rock Is Really Dead*. Disponible en <https://www.digitalmusicnews.com/2018/01/25/rock-roll-music-dead-musexpo/>
- Flanagan, B. (2016). *Is Rock 'n' Roll Dead, or Just Old?* The New York Times. Disponible en <https://www.nytimes.com/2016/11/20/opinion/sunday/is-rock-n-roll-dead-or-just-old.html>
- Polimeni, C. (2001). *Bailando sobre los escombros*. (1ra Ed). Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Ozzy, D. (2018). *Rock is dead, Thank God*. Vice Magazine. Disponible en https://www.vice.com/en_us/article/a3aqkj/rock-is-dead-thank-god
- All Music (2019) *Rock and roll*. Disponible en <https://www.allmusic.com/style/rock-roll-ma0000002829>
- Kielty, M. (2019). *Pete Townshend says rock isn't dead, but guitar-based rock is*. Ultimate Classic Rock Magazine. Disponible en <https://ultimateclassicrock.com/pete-townshend-rock-isnt-dead/>

Varise, F. (2019). *No hay nada más viejo que seguir preguntándose por la muerte del rock*. La Nación. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/no-hay-nada-mas-viejo-que-seguir-preguntandose-por-la-muerte-del-rock-nid2307013>

Fabregat, E. (2019). "El rock está muerto" y otras ficciones. *Página 12*. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/226539-el-rock-esta-muerto-y-otras-ficciones>

Abstract: Since the middle of the second decade of this century, artists, specialized journalists, as well as professionals from the business of the music industry, have commented on the death of rock music, blaming a whole series 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 given to argue such a claim? What are the implications? This paper initially seeks to compile and bring to light the fundamental explanations that are used to debate the death of rock as a musical genre and to pose some questions and hypotheses that answer this problem.

Keywords: music - music genre - music production - rock culture - counterculture - cultural activity - music industry - pop music - rock style - rock music

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 - gênero musical - produção musical - cultura rock - contracultura - atividade cultural - indústria da música - música pop - estilo rock - estilo rock

(*) **Marcelo Follari.** Productor Musical (UP). Licenciado en Sociología (UBA). Profesor en Ciencias Sociales (UBA). Profesor de la Universidad de Palermo, de la materia Producción Musical I (Eventos musicales). Músico, guitarrista, melómano y estudioso de la historia del rock.

Voz e Imagen

Silvio Adrián Frutos (*)

Fecha de recepción: julio 2020

Fecha de aceptación: septiembre 2020

Versión final: noviembre 2020

Resumen: En las sociedades contemporáneas, los medios de comunicación social –como la televisión, la radio, el cine y el teatro– se encuentran completamente integrados en la vida cotidiana. Este ensayo está enmarcado en el Área Temática "Performance: Cuerpo y Voz" propuesto por el Comité Editorial. Sirva el presente como instrumento de capacitación para quienes dedican su profesión a la comunicación en todas sus expresiones.

Palabras clave: Voz – imagen – locución – medios – reportero - presentador

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 179]

La voz humana, utilizada artísticamente, es maravillosa. Para eso hay que entrenarla, cuidarla, capacitarla. Con la voz humana se pueden transmitir distintos sentimientos y estados.

Cuando un actor, locutor tiene un escrito en sus manos (obra de teatro, texto literario/descriptivo, poesía, etc.) lo primero que hace es una lectura –en voz baja– para analizarlo e interpretarlo. A partir de ése proceso le da su impronta a la actuación y/o lectura. En el caso del actor, a la interpretación tendrá que acompañarla con la acción y la expresión corporal. El locutor, por su parte, apela –hábilmente– a la expresividad vocal para dar rienda suelta a la imaginación del oyente.

Una voz trabajada tiene matices, inflexiones, produce destaques, afirmaciones o preguntas. Todo tiene que es-

tar marcado por la diferencia de tonos (agudos, graves) jugando con los silencios, pausas, aceleraciones o desaceleraciones. La voz humana es el principal elemento de la comunicación.

¿Qué son los medios de comunicación?

Desde tiempos remotos, el hombre se ha enfrentado con el problema de vencer las distancias y –para resolverlo– empezó a utilizar sus propios medios de comunicación. La comunicación es muy importante en la vida de los seres humanos. A lo largo de la historia, el hombre ha creado diversos medios de comunicación, los cuales son variados y útiles

Un medio de comunicación es un centro emisor a través del cual se transmiten señales mediante un código,