

**LA DOMESTICACIÓN DE LA CULTURA ROCK Y LA RACIONALIZACIÓN DE
LA ESPONTANEIDAD**

**THE DOMESTICATION OF ROCK CULTURE AND THE RATIONALIZATION
OF SPONTANEITY**

José María Serbia

Universidad Nacional de Lomas de Zamora

jserbia@indec.gob.ar

Resumen

Este trabajo pretende caracterizar los procesos de ordenamiento y organización burocrático en la esfera cultural, específicamente, en el rock; constituye un texto que integrará un trabajo de tesis de doctorado que aborda las manifestaciones del proceso de racionalización contemporáneo. La racionalización en el rock se confirma en el entramado de las listas de ventas, en la customización de categorías musicales, en las maquinarias burocráticas administrativas y técnicas para la grabación y la presentación de los artistas, en las disposiciones subjetivas de creadores y músicos y en las estrategias de marketing en la promoción de los artistas. Metodológicamente el trabajo se orienta hacia la organización de una textualidad que combina múltiples registros, suponiendo un estudio concebido dentro de una estrategia que pretende coherencia y reflexividad empleando recursos de índole diversa.

Palabras clave: Racionalización - Customización - Informalización - Burocratización -
Introducción

Abstract

This paper aims to characterize bureaucratic ordering and organization processes in the cultural sphere, specifically, in rock; it is a text that will integrate a PhD thesis work that addresses the manifestations of the process of contemporary rationalization. The rationalization in rock is confirmed in the framework of the sales lists, in the customization of musical categories, in administrative bureaucratic machinery and techniques for the recording and presentation of artists, in the subjective dispositions of creators and musicians and in marketing strategies in the promotion of artists. Methodologically, the work is oriented towards the organization of a textuality that combines multiple registers, assuming a study conceived within a strategy that aims coherence and reflexivity using resources of diverse nature.

Key words: Rationalization - Customization - Informalization - Bureaucratization

Introducción

“En las arrugas de Keith Richards, en la mirada perdida de Jim Morrison, en la risa de Janis Joplin está enroscado el espíritu del rock y ahí es donde se encuentra materia para trascender nuestra rutinaria cotidianeidad, cotidianeidad de la que, a pesar de todo, tendríamos dificultad en dejar su confort y su seguridad”.

Claude Chastagner

Kurt Cobain fue estrella de rock y, a la vez, una de las figuras más representativas del espíritu artístico anti comercial, encarnó como pocos la simbiosis entre la rebeldía y el nihilismo cultural, cuando decidió quitarse la vida dejó una carta de suicidio en la que

expresó, “...hace demasiado tiempo que no me emociono ni escuchando ni creando música, ni tampoco escribiéndola, ni siquiera haciendo Rock’n’Roll (...) no os puedo engañar, a ninguno de vosotros. Simplemente no sería justo ni para vosotros ni para mí. Simular que me lo estoy pasando el 100% bien sería el peor crimen que me pudiese imaginar. A veces tengo la sensación de que tendría que fichar antes de subir al escenario...”¹. Esta última frase emitida en la vida de Kurt lleva a pensar en la presencia de las exigencias de racionalización a las que se ven sometidos hasta aquellos que se ganan la vida de una forma envidiada por millones por considerarla sinónimo de creatividad y libertad. El proceso de racionalización se manifiesta no solo en el orden económico y político o en la vida cotidiana e íntima también se inscribe en las expresiones culturales de la vida social, específicamente, se analiza a continuación su materialización evidenciada en aquellas manifestaciones que provienen de lo que se va a denominar en este texto como cultura rock; en este caso particular se intentará verificar si el proceso de racionalización está aquí implicado como tendencias de orientación estable y coherente en las manifestaciones de este tipo de expresividad y de los comportamientos propios del rock y en las estructuras y los lineamientos organizacionales involucrados en las prácticas y en los andamiajes que posibilitan dentro de estas manifestaciones culturales y comerciales.

El rock es un término comúnmente utilizado en la vida cotidiana y en los medios de comunicación con múltiples sentidos, se lo emplea tanto para referirse a la música como a ciertas formas de vestir (botas, campera y pantalón de cuero, cosméticos masculinos, remeras con logos de bandas o solistas) o en referencia a algún comportamiento en especial (la gestualidad de los dedos en forma de cuernos o manifestación verbal de algún grito), para abordarlo analíticamente conviene precisarlo como un conjunto heterogéneo de prácticas y modalidades culturales y comerciales enraizadas en el marco de la segunda

¹ <http://www.efeme.com/la-cara-oculta-del-rock-alguien-disparo-a-kurt-cobain/>.

posguerra en Europa y EEUU a partir de transformaciones político económicas (EBK y capitalismo industrial) y determinados hechos históricos (guerras mundiales); desde este cosmos cultural se han construido señas identitarias y modalidades actitudinales muy particulares, el rock ha provisto un sinnúmero de repertorios expresivos y emocionales que algunos sujetos aplican con mayor o menor intensidad y extensividad en su vida cotidiana. Las asimilaciones de heterogéneas experiencias, actividades, contenidos y expresiones simbólicas categorizadas como rock suponen formas culturales propiamente contemporáneas que, a primera vista, parecieran en sus planteos artísticos estar muy alejadas de los cánones formales de la burocratización y la formalización. El rock, más allá de ser un producto mercantilizable, puede comprenderse como un conjunto de expresiones culturales específicas que se asientan en una serie de elementos que las constituyen en términos identitarios, una serie de recursos materiales, simbólicos, emocionales, organizacionales y cognitivos anclan y distinguen a la cultura rock de otras manifestaciones musicales, en todos estos elementos está presente la influencia del proceso de racionalización contemporáneo; las manifestaciones operadas como constitutivas del rock son inseparables de las estrategias que Simon Reynolds (2017) establece como “...*la ingeniería de la excitación, la planificación de la controversia, la manipulación y el engaño, el truco detrás de la magia*”. La racionalización en el rock se confirma de una forma evidente en el entramado de las listas de ventas, en la customización de categorías musicales cada vez más específicas orientadas comunicacionalmente a perfiles sociales y étéreos, en las maquinarias burocráticas administrativas y técnicas necesarias para la grabación y la presentación de los artistas, en la venta segmentada, en las disposiciones subjetivas de creadores y músicos y en las estrategias de marketing en la promoción de los artistas, que construyen diferentes perfiles de consumidores y de utilización de los productos musicales.

La emergencia de la cultura rock debe contextualizarse como “...una anomalía demográfica concreta: un notable incremento de la población joven en los años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial. Paradójicamente, los números del baby boom magnificaron –en lugar masificar- la cultura juvenil. La visión de la juventud como un segmento subordinado y marginal permitió que esta nueva cultura dominante siguiera imaginándose como subcultural (...) el rock nació como un fenómeno de masas que retuvo sus sensibilidades anti-masas distintivas” (Keightley en Frith, Straw y Street, 2006); el contexto histórico del surgimiento del rock coincide con marco social que Cas Wouters y Norbert Elias indican como aquél que operó como condicionante para el desarrollo de las tendencias de la informalización de la vida social dentro del proceso civilizatorio moderno. La informalización, entendida como modalidades de regulación social que permiten la heterogeneidad y la flexibilidad en sus manifestaciones, no responde a reglas formales y explícitas siendo susceptible de adaptarse a nuevas intencionalidades dentro de un determinado orden económico anclado en la propiedad privada del capital y la búsqueda incesante de la rentabilidad económica. La informalización (Wouters) como proceso se presentó como una serie de tendencias de un contexto dominado por el bienestar de posguerra, que ha operado en lo cotidiano y en las expresiones culturales habilitando el surgimiento de manifestaciones estéticas como la del rock dentro de la música popular; el rock ha provisto, a su vez, de recursos, posicionamientos y comportamientos que refuerzan y recrean las modalidades de informalización en términos de pautas de consumo, situación aprovechada por las marcas para recrear las modalidades comunicacionales con el mercado de consumidores. El variado espectro de las manifestaciones culturales catalogadas como cultura rock ha sido el producto de específicas condiciones políticas y económicas (EBK, sociedad de consumo, progresividad en el desarrollo de los derechos de ciudadanía) que, a la vez, operaron como refuerzos de estas tendencias a la informalización; la literatura, el cine, el teatro, la moda, la filosofía, el mercado, la política han provisto al rock de fuentes de inspiración y asimilación o de reacción frente a la cual posicionarse críticamente, a su

vez, el rock ha influenciado y es inseparable en la presencia de obras creativas cinematográficas, de espectáculos teatrales y de music-hall, de tendencias en la moda, de referencias estéticas y de contenido en la publicidad o como objeto del análisis social.

El planteo anti racional del rock

El rock, como expresión cultural industrializada, tuvo una presencia trascendente en el proceso que llevó a instituir a la juventud como categoría poblacional, especialmente, en el plano simbólico, generando nuevas cosmovisiones, ideales y creencias expresadas en diferentes modalidades musicales, literarias, de moda, de valores e ideales en oposición al estilo de vida burocratizado, a la vida predecible y organizada a partir de instituciones como la familia nuclear y el empleo estable. Los contextos económicos, sociales y políticos han estado asociados a las formas de dinamización del rock en tanto conjunto de prácticas culturales y comerciales, por ejemplo, la racionalización instrumental de una sociedad marcada por la creciente mercantilización permite que las estrategias de mercadeo estén infiltradas y se configuren en la organización de la creatividad de los músicos, en la promoción orientada publicitariamente de su trabajo, en la segmentación de las ventas de sus productos y en la materialización previsible de sus presentaciones. Para hacer referencia a las modalidades de racionalización en el rock, se lo debe distinguir a éste del rock'n'roll que, como género musical, surgió en la década de los 50 en EEUU²; Harry Shapiro (2006) afirma que en esa década una nueva generación “...se rebelaba contra lo que sus padres consideraban los trofeos de la victoria sobre los países de Eje; la paz, la seguridad y la prosperidad. Para muchos jóvenes de los años cincuenta, esto significaba un mundo insulso y sin sentido en donde las pasiones se ahogaban y el ritmo de vida estaba dado por

²<https://www.youtube.com/watch?v=ahv0Y3YGJAA&index=16&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvbz5UC2&t=0s>

el tic tac de un reloj de la fábrica”; aunque el rock’n’roll haya sido vital en la construcción cultural ocurrida tiempo después, y sin desdeñar su importancia como estilo musical dentro de la historia, ya que colocó las semillas del surgimiento de la cultura rock, se lo debe concebir y analizar como una referencia más circunscripta a lo sonoro y al entretenimiento efímero. Más allá de los planteos marginales proveniente de la literatura de la generación beat (Kerouac, Borroughs, Ginsberg), la juventud en esos años se referenció con anclajes culturales, como los que provenían de ciertos productos de Hollywood, que eran exclusivamente generacionales, y utilizó la música de manera exclusivamente lúdica, marcando diferencias y rebeldías, pero sin esbozar ninguna propuesta ni política ni social profunda contra el sistema, por lo cual, como sujeto colectivo se volvió inofensiva como actor de cambio; pero como acertadamente señala Claude Chastagner (2012) a partir de la década del 50, progresivamente, los jóvenes dejaron su papel pasivo ante los mayores iniciando un lento cuestionamiento existencial con respecto a el modelo de vida orientado por la racionalidad del orden y de las reglas sociales.

El surgimiento y la masividad del rock se atribuye, según los especialistas, a una articulación coyuntural entre un segmento etario, la juventud, en busca de nuevas formas de expresión e identificación, y una industria que encuentra un nuevo mercado donde posicionar nuevos productos. Simón Frith (1980) establece en que las incipientes manifestaciones del primer rock'n'roll no se pretendía ir más allá del entretenimiento, ya sea en las salas de baile, los locales nocturnos o a través de la radio y los programas de televisión; no hubo una confrontación con la estructura productiva y comercial sino contra las pautas y los valores impuestos por los adultos, solo se verifica una insolente demanda de libertad, de entretenimiento y de aflojamiento de las costumbres para habilitar nuevas formas de entretenimiento y de expresión personal. Charlie Gillet (2008) en su libro *Historia del Rock* indica que debe diferenciarse “...por una parte, el rock’n’roll –la música a la que se le aplicó primero el término- y, por otra, el rock and roll –la música que fue

denominada así desde que el rock'n'roll se extinguió allá por 1958- y aun el rock, que describe las derivaciones del rock'n'roll posteriores a 1964". El surgimiento del rock como un conjunto de manifestaciones culturales asociadas a la categoría etaria de la juventud es ubicado según el prestigioso analista Simon Reynolds (2012) en el año 1963, que podría etiquetarse como "*...El Año En Que Comenzó el Rock. (el rock'n'roll en el sentido de los años cincuenta era mucho más crudo y mas showbizzy; 1963 –el año de los Beatles, Dylan, los Stones- fue el año en que comenzó el Rock como Arte, el Rock como revolución, el Rock como Bohemia, el Rock como Forma Innovadora Autoconsciente)*"; el pasaje del rock'n'roll al rock implicó la emergencia de una enunciación colectiva de cuestionamiento del orden social y de un vocabulario específico resultantes de las prácticas hedonistas y contestatarias de la juventud, como rebelión, violencia, emancipación o paz como protesta política contra las guerras y la represión racial que generaron turbación e inquietud entre aquellos que estaban involucrados en el status quo o que lo presenciaban desde afuera, como las generaciones adultas³.

A partir de la década del sesenta el rock desbordó culturalmente al rock and roll como estilo musical, ya que se transformó en un concepto que supuso un conjunto de estilos musicales, morales y estéticos asociados a las expresiones juveniles pero cuyos planteamientos, a diferencia del pasado, eran profundos, ya que no solo la música y las performances de los artistas suponían una invitación al entretenimiento, en muchas de las propuestas estéticas se sugerían o se formulaban críticas a las costumbres sociales, a los convencionalismos represivos y a la autoridad; podría pensarse en el rock como una interpelación a su público, expresando a través de sus heterogéneas manifestaciones una carga simbólica y una actitud que supone un vínculo más profundo que las que plantean que los receptores son unos simples consumidores o asistentes de espectáculos, se incentivó a que éstos tomaran una postura y una orientación de sentido no pasatista, que crearan una ligadura y un

³ <https://www.youtube.com/watch?v=tOThZOQ8BPQ>

compromiso con la música a partir de unos determinados criterios éticos y estéticos; así, el rock se convierte en algo más que un pasatiempo y una diversión, proponiéndose como una expresión de distinción dentro de la música popular. Se podría introducir una definición, con no poca imprecisión, que se puede incluir como cultura rock a múltiples heterogeneidades de géneros musicales, de significaciones y de identificaciones estéticas y valorativas, que hasta pueden estar enfrentadas y rivalizar (pop vs rock, rock duro vs rock blando, hipismo⁴ vs glam rock⁵, rock sinfónico⁶ vs punk rock⁷, rock orgánico vs rock con máquinas). Keir Keightley (en Frith, Straw y Street, 2006) establece que el rock es un concepto evocador y, a la vez, carente de precisión, que se lo suele asociar a la frustración, la transgresión y la rebeldía de los ideales tradicionales, asociado con la confrontación de los valores burgueses; en consecuencia, lo que se define por rock va a variar en determinados contextos, ya que, fundamentalmente, el rock siempre ha producido diferenciaciones y exclusiones, cuyos criterios de distinción se van alterando a través de las épocas, estos variables procesos de diferenciación determinan la segregación de aquellas manifestaciones o artistas que no deben ser considerados como parte del rock (como la música pasatista, accesible, inofensiva, comercial y previsible); es posible hablar de una estratificación que orienta una ordenación informal dentro del rock, entre un rock masivo y un rock que remite a géneros específicos, situados en los márgenes, desde los cuales, en ocasiones, se producen incorporaciones de algunos de sus rasgos estilísticos en

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=Z2Rd30ifm-U>

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=1C8tu69LV20&index=18&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzb5UC2&t=0s>

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=it0MxdAuW-c>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=A3MuSsdIy58>

manifestaciones más populares del rock, como por ejemplo, la influencia del krautrock⁸ en varias obras de Bowie o de Radiohead.

Gary Herman (2009) describe al rock como una manifestación cultural del siglo XX sustentada en el consumo juvenil, a partir del acceso de amplias capas de la población de jóvenes a los mass media, componiendo un folklore moderno que articuló tendencias contestatarias y la creatividad artística dentro de un entramado comercial, cada vez más encauzado por intereses corporativos de grandes empresas; el rock, como planteo cultural heterogéneo y como propuesta de estilo de vida, es impensable sin tomar como referencia un contexto social e histórico marcado por el aflojamiento de las convenciones sociales que estructuraban las relaciones entre adultos y jóvenes y entre los jóvenes entre sí; la laxitud de la comunicación verticalista y formal entre padres e hijos característica de las décadas de mitad del siglo XX y de las estructuraciones organizacionales, fundamentalmente a través del trabajo, el mercado y el Estado sobre la subjetividad incrementaron la ampliación del espacio limitado y formal de las expresiones de los jóvenes con respecto a sus expectativas, fantasías e inquietudes en los diferentes espacios sociales. El rock supuso una peculiar simbiosis entre el funcionamiento en un plano irracional de aspiraciones, ideales y sueños a partir de conjunto de manifestaciones artísticas enraizadas en lo emocional y en un plano racional de una serie creciente de prácticas organizativas orientadas a la rentabilidad económica previsible y organizada bajo estándares probados de rendimiento. El negocio del rock no solo remite a la compra de música o de entradas para conciertos sino también a un entramado de elementos que conforman una actitud o una especie de forma de vida, materializada en ideales, expresiones verbales y corporales, temas de conversación, formas de manifestar la sensibilidad, consumo de vestimenta, afectividades en torno a ciertos instrumentos o tipos de bebidas; junto con las experiencias emocionales que involucran sus prácticas, el consumo material del rock se constituye, se podría decir imaginariamente,

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=ne7M63P820g>

como una expresión de la libertad de ser uno mismo, la exigencia de vivir como un sujeto y no como un objeto (Marcus, 2005) y de una búsqueda personal del camino a seguir libre de constricciones externas, como aspiraciones que posibilitan la difusión de valores, creencias e ideales, que, en la mayoría de los casos, son contrapuestos o incómodos a la moral puritana de la sociedad. La mezcla étnica y social, el uso de drogas para correrse de las lógicas impuestas y desafiar la racionalidad, las burlas y el cuestionamiento de las costumbres y de las exigencias provenientes de las religiones organizadas y de las convenciones administradas y legalizadas en el orden jurídico, el desprecio por el afán de lucro de los burgueses, el planteo de nuevas expresiones de la sexualidad y de las identidades fueron componentes presentes en los planteos que heterogéneamente llevaron adelante músicos y artistas de rock, que implicaron propuestas de ruptura o, al menos, de incomodidad dentro de las sociedades occidentales. Chastagner afirma que la cultura de rock se condensa en una actitud rebelde y en comportamientos orientados al placer, en ideales, perspectiva filosóficas y estéticas de ruptura con respecto a las convenciones sociales y políticas, aunque, advierte que más allá de interpelaciones colectivas de gran vaguedad (juventud, marginados, inconformistas) nunca se generó ninguna revolución o transformación a una escala colectiva sol la que se puede producir a nivel personal, como tomas de conciencia individual o planteos particulares en la forma de vivir o de organizar el placer en lo cotidiano.

Se puede designar al rock bajo una serie de expresiones culturales que implican una dinámica y heterogénea acumulación de manifestaciones artísticas y expresivas, que funcionan como ingredientes y referencias de un estilo de vida que, desde sus comienzos, planteó en el plano discursivo cuestionamientos hacia el puritanismo de los padres, hacia la adultez, como expresión existencial, expresado, específicamente, en el trabajo de oficina o la fábrica, en las rutinas diarias, en las tradiciones, en la uniformización requerida por las organizaciones formales, en el comportamiento reglado y en la vida convencional de las

grandes urbes; supone un posicionamiento que interroga sobre el sentido modelado por las costumbres de la sociedad salarial, que organiza la vida en una serie sucesoria de pasos que supone un progreso material y profesional del individuo, implicando un juicio crítico sobre la violencia, las frustraciones y la injusticia, la intolerancia hacia el diferente, la falta de respeto a la individualidad, la supresión o limitación de la libertad; en su propuesta vital se encierra un cuestionamiento a una vida planificada y previsible, a la falta de autenticidad propia de la vida reglada dentro de oficinas y trabajos formales, donde el manejo de la presentación personal y las actuaciones goffmanianas son centrales para la supervivencia laboral. Las manifestaciones del rock coayudaron para exponer anhelos y expectativas de liberación propias de una generación a la vista de todos, promovió nuevas sensibilidades y las puso en el centro del debate social y cultural, evidenciando disputas soslayadas y acalladas en el centro de espacios de discusión que no existían previamente, se podría aventurar que colaboró a construir un racionalización de laxitud pero no menos opresiva que la implementada por las formas piramidales del taylorismo fordismo.

Es innegable que desde hace décadas que la cultura rock provee tendencias estéticas, artísticas y de estilos de vida y consumo en las sociedades modernas, desde los años 60 el rock como expresión social y cultural se nutrió de otros ámbitos y expresiones de la cultura occidental y, a la vez, sus manifestaciones influyeron recursivamente en diferentes espacios de la vida social y cultural⁹. Los valores y las expectativas procedentes de la producción cultural de músicos, grupos, organizaciones y empresas asociadas al rock crearon insumos

⁹ Debe puntualizarse que las influencias sobre el rock no provinieron únicamente del contexto económico y político, desde lo cultural, se tiene que señalar varios anclajes centrales, por un lado, la industria de Hollywood que ayudó a cimentar un ideario del sueño americano (una impronta épica de ideales y de expectativas que tiene su eje en el mérito personal, la libertad individual y la auto superación) y también la rebeldía de la juventud (a través de películas como Rebel without a cause, Blackboard jungle o The wild one) y, por el otro, la generación beat de escritores como Kerouac, Borroughs y Ginsberg que propusieron un movimiento literario vitalista que proponía la alteración de los sentidos, el amor libre y la libertad del espíritu (Serna y Lillo, 2014).

simbólicos que han sido un marco de referencia de la población joven (aunque se incorporan en los últimos tiempos categorías de edades cercanas a la tercera edad), generando en ella tendencias hacia una heterogénea apropiación de códigos y de recursos emblemáticos que permiten operar en la vida cotidiana con mayor y menor grado de extensividad; esto es, no todas las personas que se referencian o gustan del rock llevan un estilo de vida rockero las 24 horas del día, quizás muchos de ellos sólo se vinculan con el hecho de escuchar la música, otros tal vez añaden algunas referencias en su vestimenta para los días de ocio y otros tal vez intenten con esfuerzo tener un estilo de vida a fin a la mitología del rock (asistencia a conciertos de rock y de fiestas, noches sin dormir, ingesta de drogas, sexo libre y otros lugares comunes). Los ideales dentro del rock están muy presentes como orientaciones de sentido, quizás implícitamente o con un bajo nivel de teorización, entre sus seguidores en términos de creencias y fantasías, ya que, lo más común es que se manifiesten vivencialmente a través de expresiones emocionales o rituales similares a los de los espectáculos deportivos masivos. La afinidad del público de rock con un artista o un grupo puede implicar variadas manifestaciones exteriores e interiores, llevando a una identificación emocional de la audiencia con músicos y artistas tan enérgica que puede producir que esas personas copien sus estilos de vestimenta, asimilen sus gestos y posturas corporales, sigan sus conciertos con devoción, se refugien en su música o que ella les sirva como insumo para alterar su estado de ánimo y su actitud frente a la vida; se podría aventurar que idealmente los individuos que siguen al rock casi como una religión “...tienen en común una dificultad para aceptar los códigos y los valores de la sociedad en la que crecen, en adaptarse a la educación y a los empleos que ella les propone. Tienen en común la esperanza, a veces rápidamente destruida, de construir vidas más libres que las impuestas. Tienen en común que esas esperanzas, en otros tiempos marginales, se volvieron, en la cultura rock, las de una mayoría” (Chastagner, 2012).

A pesar de la referencia vital que supone esta manifestación cultural debe admitirse que en las últimas décadas el rock ya no es sinónimo de juventud, revueltas o incomodidad social, parte de su público y sus referentes pueden estar más cerca del geriátrico que de subvertir autoridades, normas o costumbres impuestas por el orden capitalista, no todos los consumidores de esta música tiene ese grado de involucramiento subjetivo, quizás cada vez sean menos quienes toman en serio a la cultura rock en términos de valores e ideales y solo sea una referencia estética y de entretenimiento. Los sentidos generados por el rock como forma de arte popular exceden lo expresado en las letras de las canciones o en las críticas y entrevistas a los músicos sino también en las formas en las que se organiza su producción y en “...*las intenciones artísticas y de la estética de sus formas musicales*” (Firth, 1980); valores y actitudes como la vitalidad, el arriesgarse, la persecución del deseo, el accionar impulsivo, la búsqueda de sensaciones y emociones extremas, el “vivir la vida hoy” (éste es justamente un eslogan del Banco Francés, en el cual se alienta a las personas a endeudarse con el banco a través de préstamos personales para satisfacer sus deseos¹⁰, irónicamente, la frase es compatible con el lema punk de “no futuro”) y la experiencia voluntaria de la incertidumbre transmutada en la idea de “aventura” se transmutan de núcleos discursivos críticos a lo establecido a una serie de eslóganes publicitarios. Debe aclararse que los actores que comparten el impreciso espacio del mundo del rock presentan valores y estilos de vida muy heterogéneos y contradictorios, “...*desde el de una superstar, viviendo lujosamente entre el estudio y el estadio, rodeado de una multitud de ayudantes y sicofantes, hasta el de un grupo local, viviendo desesperadamente y de modo esporádico, de la seguridad social y de miserables actuaciones, mantenido solo por sus sueños*” (Frith, 1989).

La racionalización expresada en las exigencias organizacionales de las sociedades industriales supone, implícitamente, un horizonte crítico al planteo existencial del rock, ya

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=sAoUWLQuio0>

que es un proceso que conlleva a la canalización organizacional de la subjetividad, la rutinización y la comercialización de la vida social y personal, enfrentado a todo lo que suponga liberación de las energías reprimidas, espontaneidad e imprevisibilidad de los las emociones y los actos humanos. Las temáticas abordadas por el rock son variadas, en algunas coinciden con otras formas musicales de expresión popular como el amor, el desamor, los celos, las protestas sobre las injusticias o sobre formas de diversión, pero también se encuentran planteos que podrían ser evaluados como disruptivos o peligrosos para el status quo, que interrogan o cuestionan el estilo de vida de la organización social y, también, interroga sobre los límites del sentido construido en las sociedades modernas. Determinadas consignas quedan en el acervo simbólico del rock en disrupción con el sentido común de su época, tales como las pronunciadas por Jim Morrison “*Queremos el mundo y lo queremos ahora*”, Sex Pistols “*No hay futuro*” o The Who “*Espero morir antes de llegar a viejo*”. El uso de drogas asociado al consumo del rock y el planteo implícito en las letras y en la palabra de los músicos y compositores promueven un desplazamiento de la significación elaborada por la civilización occidental moderna en relación a racionalidad asociada a una vida programada de esfuerzos y sometimientos, generando una apertura de instancias o planteos que desafían esta lógica productivista desde la falta de certezas¹¹ hasta la invocación de un vaporoso pensamiento irracional o místico.

El rock como expresión cultural puede asociarse a la juventud, a la música, las artes plásticas y visuales, la moda y la literatura, es muy común que músicos y compositores intenten volcarse complementariamente a otras artes como la actuación o la pintura, es posible encontrar en las letras del rock una crítica hacia el estilo de vida organizado en

¹¹ “*Toda nuestra vida sudando y ahorrando/ Construyéndonos una tumba superficial/ Tiene que haber algo más, nos decimos/ Alguna manera de defender este lugar*”. Jim Morrison. The soft parade.

complemento con alabanzas hacia la naturaleza, lo espontáneo, la libertad, la expresividad del mundo interior personal y la creatividad por fuera de cualquier encasillamiento o formalización impuesta externamente. El discurso del rock planteó, desde sus inicios, una liberación de la energía y una política del cuerpo libre de las ataduras y las convenciones presentes en la sociedad capitalista de mediados del siglo XX, su presencia fue un ingrediente que dinamizó los procesos de heteroginización y de aceptación de recursos discursivos y expresivos no convencionales, especialmente, de los jóvenes en diferentes ámbitos de interacción social; particularmente, en el caso de los espacios laborales, la impronta de la cultura rock podría verificarse, por ejemplo, en las tendencias de flexibilización de las exigencias en los criterios de presentación personal de sus miembros o de sus potenciales ingresantes; tampoco podría entenderse al rock como una propuesta cultural organizada y coherente discursivamente, por ello, acordando con lo argumentado por Chastagner (2012), es fundamental advertir algo central para entender los sentidos expresados en sus prácticas de producción y consumo, su rechazo a la racionalidad y al pensamiento analítico, esto permite entender la importancia secundaria de las letras en este posicionamiento cultural, es habitual que las letras de las canciones suelen ser ambiguas o crípticas, su fuerza no radica en la correcta interpretación de las mismas, ni siquiera en el cancionero de protesta, “...las encuestas sociológicas lo confirman, los adolescentes de los años sesenta pocas veces entendían las letras de las canciones de protesta y la atención que les prestaban (...) las palabras no tiene otra función que dar más densidad, más dinámica a las melodías que canturrean (...) la prioridad entonces no es la articulación de un mensaje racional e intelectualizado”. La rebeldía y la conflictividad desordenada que implicó el rock no provino de su propuesta semántica, de un discurso sistemático y congruente, ni de propuestas intelectuales explícitas en torno a un programa crítico sino del “...sentido de su fórmula: un estribillo percutiente, una consigan lacónica (...) el rock brilla cuando es conciso, alusivo, cuando evita el discurso pedagógico, la explicación muy densa, el vuelo lírico, el alegato lacrimosos, cuando prefiere el grito y el aullido a la

demostración, la emoción a la reflexión, la sugerencia a la explicación (...) condensa un máximo de sentido, de impacto emocional y simbólico en una forma exigua y excitante”. La liberación de la corporalidad, la espontaneidad de lo expresivo y presencia vital de las emociones, la sensación de estar inmerso en un sonido a altos volúmenes, la energía irracional movilizadora desplaza a la conciencia discursiva y a los intentos de los encuadres intelectuales u organizacionales para explicar la atracción que ejerce el rock, por ello, es innegable que la capacidad que el rock tuvo (o tiene) de inquietar o confundir a lo establecido se debe al “...lugar que le otorga a lo articulado, a lo informulado, al sonido bruto y al cuerpo indócil, a todo lo que las formas culturales dominantes rechazan en nombre de la cultura”.

Como afirma el artista de rock, y no músico, Daniel Melero el rock es algo que muta permanentemente y, por ello, es difícil ubicarlo en una categoría cultural precisa y estable, quien pretenda abordarlo analíticamente se enfrentará a un registro de confusión y de inestabilidad perceptiva y emocional; esta metamorfosis inherente vuelve inestable al fenómeno y quizás esto es lo que lo caracteriza, idea que se patentiza en su frase, “...a mí me gustan los desconciertos de rock más que los conciertos”; con su planteo Melero se dirige al núcleo de sentido de la cultura rock, conformado por aquello brinda placer y distracción pero que, a la vez, incomoda, subvierte y empuja al público a replantarse sus propios parámetros perceptivos y morales, “...el rock (...) es una cultura que tiene una música que va cambiando y que la acompaña. El rock nunca es un género: cuando no sabés si tenés que prender el encendedor, tirarte del escenario, suicidarte o besar a tu novia, es rock” (Melero, 2001)¹². La espontaneidad, el peligro, lo inesperado, lo salvaje, lo natural, el desprecio del estilo de vida burgués y de una vida ordenada o prefabricada de progreso establecido de antemano y la sexualidad son los elementos que componen este

¹² Calles Buenos Aires en www.callesbuenosaires.com

preconizado estilo de vida, que contribuye a la creación de un universo de sentido desde el cual se generan significados e ideales para la vida de los jóvenes (y con el correr de las décadas de los no tan jóvenes). Jim Morrison, cantante del grupo The Doors, expuso en la segunda mitad de la década del 60, casi una declaración de principios dionisiacos, que reflejaría una idealización de la cultura rock del espíritu no racional y crítico de los parámetros de la cultura burguesa, “...siempre me he sentido atraído por ideas relativas a la revuelta contra la autoridad, cuando te reconcilias con la autoridad, te conviertes en parte de ella. Me gustan las ideas que promueven la ruptura y el desborde del orden establecido. Me interesa todo lo relacionado con la revuelta, el desorden, el caos, y sobre todo con la actividad que parece carecer de todo sentido”¹³.

Desde sus inicios, de forma gradual, inconformidad e insubordinación, asociadas a expresiones anti-sistema, se fueron constituyendo en valores asimilables a las nuevas pautas de una sociedad de consumo diversificada y permeable a los rebeldes gustos individualizados encauzados al consumo; desde esta perspectiva, el rock podría entenderse como aquellas prácticas culturales y expresiones estéticas y artísticas que implican un incordio, un desajuste y una molestia para aquello que se encuentra sistematizado en un momento determinado, pero que luego, en tanto elementos identitarios pueden incorporarse a lo convencional adquiriendo una sistematización previsible; también se lo podría concebir como una forma de posicionarse entre la vida, como una actitud rebelde y crítica hacia las convenciones y el poder pero también el rock puede concebirse como el resultado de un proceso de mercadeo desde donde se absorben y utilizan muchas formas expresivas de la rebeldía para incrementar el negocio, para así ir vendiendo una imagen subversiva para un segmento del mercado que necesita o encuentra placentero acceder a esos registros culturales. Durante décadas, se fueron elaborando criterios y clichés en el rock que

¹³ https://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160303/asocfile/20160303184927/rev48_hopenhayn.pdf

funcionaron, y se desempeñan en la actualidad, como parámetros informales de racionalización de las subjetividades y de los comportamientos en esta esfera cultural vinculada con ser un miembro o consumidor activo de la cultura rock, a través de gestualidades, estéticas y formas de expresarse, en términos de repertorios cristalizados que están ocultos bajo un disfraz de espontaneidad y libertad; pero también debe admitirse, en contradicción con lo expuesto, que sumergirse en el rock implica, en principio, una disposición fluida de la corporalidad y de los sentidos, que no remite a prescripciones estipuladas, participar del rock implicaría que las emociones y los movimientos fluyan en la escucha de la música sin exigir al oyente conocimientos previos necesarios para su asimilación, se supone que la música del rock como manifestación simbólica de la libertad puede ser disfrutada sin exigencias o condiciones¹⁴. Simón Frith (2014: 223) afirma que, específicamente, el rock en vivo, como escenificación artística de una intencionalidad o propuesta creativa, está íntimamente asociado a la respuesta física no solo de las audiencias sino también de los músicos, que están obligados a expresar su implicancia emocional con su performance, la expresión gestual y los movimientos del cuerpo son recursos expresivos para transmitir o connotar ciertas intencionalidades asociadas a lo que su público espera¹⁵, como salvajismo, virtuosismo, cercanía con la audiencia o espectacularidad física, en el escenario no se oculta la respuesta física, es más es un refuerzo de lo contrario a lo que quieren ocultar, “...la fuente tecnológica de sus sonidos; al público de rock lo

¹⁴ “A través de un componente de comunión rítmica se reconocen los pares en el desdibujamiento de los contornos del cuerpo propio en el baile. Hay casi una epifanía de lo negro- pagano en el rock, en su ritmo, en la visceralidad de un bajo tribal y de los punteos de la guitarra, en las voces aguardentosas y antirrefinadas, en la ebullición del cuerpo y la sangre. No hay reglas para bailar el rock, salvo la experiencia del propio cuerpo desperezándose y viéndose a sí mismo en esa inmediatez del despertar. El rockero (músico y auditor) se sabe poseído por momentos y lo expresa mediante un cuerpo exorcizado por un baile ritual que a la vez carece de todo canon. La espontaneidad, vale la paradoja, es la médula de la ceremonia. Nadie juzgará el modo de baile más que por la intensidad en la posesión de la música sobre los cuerpos. La estética de estos flujos se elabora sobre la marcha y nadie se adscribe el poder de jerarquizarla” (Hopenhayn, 2001).

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=sY35ZuXL2zY>

intranquilizan los instrumentos musicales cuya ejecución no parece requerir ningún esfuerzo”.

Se podría realizar una lectura de la cultura rock a partir de las propuestas intelectuales de la Teoría Crítica (Marcuse, Horkheimer y Adorno) en la que sus manifestaciones serían asimilables a una derivación consecuente del desarrollo mercantil y productivo capitalista en la esfera cultural de la sociedad occidental, posicionándolas como componentes constitutivos del desarrollo una maquinaria del entretenimiento de las industrias culturales en el marco de una dominación simbólica que opera sobre las sociedades masificadas. El rock, que surge como entretenimiento pero también colateralmente como una iniciativa de rebeldía frente a las reglas de lo establecido, fue encausado por el mercado y el poder político para cumplir con la exclusiva tarea de esparcimiento cuya tarea es la de mantener el control social, alienando a la juventud para desactivar el inicio de iniciativas de rebelión o algún movimiento crítico que pueda surgir; el desplazamiento de los ideales de rebeldía e inconformismo y su consiguiente reconfiguración en insumos discursivos y estéticos aprovechados y aplicados por la publicidad para renovar su discurso hacia el mercado juvenil y hacia aquellos jóvenes que envejecen y, también, por los líderes corporativos para desmontar las estructuras laborales que le suponían elevados costos es estudiada por Thomas Frank, quien realiza un pormenorizado análisis sobre cómo *“...la contracultura sirvió a los empresarios visionarios como una nueva forma de proyectar los nuevos principios de la empresa (...) la contracultura estaba preparando a los jóvenes para rebelarse contra todo aquello que habían estado consumiendo hasta entonces, así como para recibir una serie ilimitada de nuevos productos sin la renuencia propia de épocas anteriores. Sus anhelos de autenticidad y su simultánea desconfianza hacia la tradición convertían a la contracultura en un vehículo ideal para transformar los hábitos de consumo de los estadounidenses (...) los antiguos valores de cautela, deferencia y jerarquía ahogaban la creatividad y frenaban la flexibilidad; no solo cercenaban el*

espíritu humano, sino también el espíritu consumista y el espíritu empresarial” (Frank, 2011).

La autenticidad como criterio clasificatorio

Aunque muchos de los músicos en el rock reivindiquen que sus obras son parte de una industria del entretenimiento (“It’s only rock’n roll but I like it” cantan los Stones) en otros artistas estuvo y está la pretensión de ser considerados como productores de una "música seria", como portadores de una expresión artística y cultural que suponga la expresión de una creatividad pura que no remita a ninguna exigencia mercantil, una forma artística que exprese una interioridad emocional y que sea trascendente culturalmente, alejada de cualquier procedimiento metódico o fórmula preestablecida de creatividad proveniente de alguna fuente proveniente de la industria musical; son comunes en los planteos de muchos artistas y críticos de rock la idea de que la creatividad es, básicamente, un fenómeno irracional, que no responde a ningún tratamiento formulario de estandarización, ni puede remitir a un manual de instrucciones; así, el acto creativo se conectaría con la inspiración, con fuerzas misteriosas e inmanejables que llegan en momentos imprevisibles para que por medio de ellas se puedan generar obras singulares e innovadoras, posibilitando la condición creativa "auténtica"¹⁶. La introducción y el uso de la tecnología por parte de los creadores y de los músicos ha sido considerada por críticos y por parte del público, como opuesta al “arte auténtico”; esto se ha evidenciado tanto en el pasado con los insultos proferidos por una audiencia folk a Bob Dylan, cuando le gritaron Judas, por el empleo de instrumentos eléctricos en lugar de acústicos¹⁷ como en la actualidad con el desprecio por la utilización

¹⁶ Es muy común que en las entrevistas los compositores declaren que la inspiración les llega casi de forma no consciente, inesperadamente, por medio de arrebatos, por obra de musas y por vías casi cercanas a la experiencia mística.

¹⁷ <http://muzikalia.com/bob-dylan-y-el-mito-de-judas-se-cumplen-45-anos-del-mitico-concierto-del-norteamericano-en-el-free-trade-hall-de-manchester/>

de bases programadas y secuenciadores como signo de falsedad y de ocultamiento de la falta de talento¹⁸; el uso de recursos tecnológicos en la creación o en la ejecución musical ha sido un criterio de diferenciación al interior del colectivo de la producción de rock, desde declaraciones de músicos y compositores o desde la prensa especializada se “...planteó, repetidamente, que la producción de ruidos mediante sintetizadores no dejaba lugar al <<toque>> o <<sentimiento>> individuales. Gary Numan podía indicar a los lectores de la página de asesoramiento, a los músicos del Melody Maker cómo reproducir su sonido, mientras que no podían hacer lo mismo Jeff Beck o Keith Emerson. Éstos podrían describir sus técnicas, pero no el resultado final. Todo lo que Numan tenía que hacer era transcribir la posición de los distintos interruptores. En este contexto, los sintetizadores se consideraban desalmados (...) lo que se pone juego en todo este debate es la autenticidad o veracidad de la música. Esto implica que, de alguna manera, la tecnología es falsa o adulterante. Los orígenes de esta discusión datan, sin duda, del criticismo hacia la cultura de masas de los años veinte y treinta, pero lo que resulta interesante es la resonancia continua de la idea de autenticidad dentro de la propia ideología de la cultura de masas” (Frith, 1988). La expresividad auténtica y la espontaneidad son algunos de los ideales promovidos tanto en las letras y en la ejecución

<https://www.rollingstone.com/music/music-news/remembering-bob-dylans-infamous-judas-show-203760/>

¹⁸ “La tecnología, como posibilidad alternativa a la reproducción mecánica, ha sido, indudablemente, condición necesaria para la expansión del negocio del entretenimiento por las multinacionales y para alcanzar técnicas más sofisticadas de manipulación ideológica, pero también ha hecho posibles nuevas formas de democracia cultural y nuevas posibilidades para la forma de expresión individual y colectiva. No se trata tan sólo de que el <<aura>> de la cultura tradicional haya sido destruida, sino también de que las máquinas que produce la tecnología han sido las armas más efectivas para músicos y audiencias en su guerra de guerrillas continua en contra del poder cultural del capital y del Estado. Cada nuevo avance en la tecnología de la grabación permite que se escuchen nuevas voces y que lo sean de una manera nueva. Y las voces populares tienen sistemáticamente denegado el acceso a otros medios de comunicación pública (...) la tecnología determina cómo se organiza la competencia de una voz, pero no quién será escuchado o cómo se interpreta lo que se escucha” (Frith, 1988).

musical como en las manifestaciones públicas de artistas y músicos de rock, transformándose en criterios para muchos músicos y creadores de una lógica de racionalización cultural, y específicamente rockera. Por ello, la exigencia velada de la autenticidad entre los diferentes actores involucrados con el rock (a excepción de empresarios y managers) funciona como un criterio de diferenciación y juicio sobre la carrera musical y estética de grupos y solistas, lo cual incluye una evaluación de las letras, las sonoridades y la instrumentación empleada; la autenticidad supone un ideal que reorganiza una multiplicidad de cálculos de tasación y valoración cultural asociado a la integridad del artista o de quien pretende serlo (Keightley en Frith, Straw y Street, 2006).

La búsqueda de autenticidad implica el intento de aplicación de un criterio de juicio de legitimación que responde a diferentes encuadres, valores y conocimientos previos (musicales y extra musicales) a partir de los cuales puede evaluarse y analizarse la producción o la actuación de un artista o un músico, “... *puede definirse como la brújula que orienta a la cultura rock en su navegación por el torrente masivo. Los fans del rock, los críticos y los músicos evalúan constantemente la autenticidad de la música popular, salvaguardando su pureza, y a la caza de signos de alienación e inautenticidad (entre los que se incluyen, por ejemplo, la insinceridad, el mercantilismo excesivo, la manipulación, la falta de originalidad, y demás lacras). La preocupación por la autenticidad sirve a la cultura rock para trazar líneas divisorias dentro de las tendencias comerciales de la música popular, fronteras que separan el rock del pop, e, incluso dentro de la cultura rock, distinguen algunas versiones del rock separándolas de otras*” (Keir Keightley en Frith, Straw y Street, 2006). Frith (2014) sostiene que los saberes que llevan a los músicos a enjuiciar a sus pares se pueden sostener, en alguna medida, en parámetros técnicos, como la cantidad de acordes o la riqueza lírica de las letras, pero en el caso de los consumidores sus juicios suelen ser menos consistentes y coherentes, las evaluaciones personales no se respaldan en una teoría sistemática, ni en conocimientos técnicos específicos, siendo muy

influenciados por condicionamientos y circunstancias psicológicas y sociales. Como ya se estableció, en gran parte del público y del periodismo de rock¹⁹ se considera que hay valores positivos de esta cultura como la emocionalidad, la espontaneidad y la autenticidad que se hallan en oposición a la racionalidad, la artificialidad y la falsedad, los cuales se vinculan a las estrategias de lo comercial o de todo aquello que implique o suponga que el artista *“se vende al mejor postor”*, *“...mientras que un nutrido grupo de críticos de rock ven en el artificio la negación de la autenticidad, yuxtaponiendo las maneras indirectas y lúdicas de David Bowie a la sinceridad y la inmediatez de Bruce Springsteen, lo que está en juego aquí es la diferencia de los planteamientos propuestos por las dos familias de la autenticidad. Lo artificial en sí mismo nunca es el fin del artificio del rock. Antes bien, el artificio comporta un rechazo deliberado del modo de autenticidad romántico, en beneficio de una estrategia moderna compleja y matizada donde la habilidad del intérprete para configurar mundos imaginarios –en lugar de adoptar formas ya existentes- ocupa el primer plano. A modo de ejemplo: la androginia deslumbrante de Prince y su sexualidad capciosa resaltaban su condición de artista diferente, Alguien que no atiende a normas mundanas y opera al margen de las convenciones de la sexualidad y el género. Al jugar con el artificio del rock, Prince cumple con la prerrogativa del artista obligado a reinventarse, empleando el artificio como prueba definitiva de su autenticidad moderna”* (Keightley en Frith, Straw y Street, 2006).

Es interesante lo que plantea Keightley (en Frith, Straw y Street, 2006) en este punto, ya que, explica que, en los últimos años, se presentan dos lógicas para evaluar y calificar la autenticidad artística, que puede aplicarse al mundo del rock, una autenticidad romántica y otra moderna; la primera remite históricamente a la filosofía artística de los siglos XVIII y XIX que emergió como respuesta a las consecuencias negativas del industrialismo y la

¹⁹ Se podría diferenciar al periodista de rock del crítico de rock, quien porta teorizaciones sobre el fenómeno y no se limita a una descripción asociada al sentido común como los primeros.

urbanización en la vida social, esta mirada fue de una idealización retrospectiva del pasado, de la vida en las comunidades rurales donde la tradición y el vínculo íntimo con la naturaleza configuraban a las subjetividades y a la vida entre las personas. Las formas válidas de expresión de la intimidad del artista estaban ligadas a todo aquello que no fuera visto como artificial, la autenticidad era el correlato del vínculo con las raíces y lo artesanal; los instrumentos musicales valorados como auténticos son aquellos que remiten a algún componente proveniente del entorno natural y el artista para serlo también debe conectarse directamente con sus emociones y en la ejecución musical con los otros en términos de proximidad. El Romanticismo emplaza sus significaciones valorando lo natural, las tradiciones, lo rural, lo despojado de artificios, exigiendo al artista la expresión de su interioridad; para Chastagner, la dimensión romántica del rock es heredera de los ideales artísticos del siglo XVIII y XIX, que se enfocan en la vitalidad de las emociones, la sensibilidad interior, las ilusiones y las visiones personales, formulando una conexión orgánica del compositor o ejecutante con el entorno o de un insondable mundo interior, a fin de obtener una búsqueda hedonista y creativa de la satisfacción personal; para este enfoque, la autenticidad se asienta en la falta de intermediarios, en la comunicación directa y espontánea entre el artista y el público con el menor grado de artificialidad posible.

“Una de las razones por las que sintetizadores, cajas de ritmos, magnetófonos y otras máquinas se consideran instrumentos <<antinaturales>> en directo es, simplemente, porque tocarlos no conlleva un visible esfuerzo. Programar una unidad de sampling computarizada concierne a la mente y no al cuerpo, y por lo tanto no es un evento para espectadores. (Los auditorios musicales, acostumbrados a la acción de orquestas y directores, se sienten igualmente insultados por los músicos de computadora.) El argumento explícito radica en que las actuaciones en vivo dan pie a la espontaneidad, a la respuesta directa del que actúa hacia el público. Los instrumentos programados no tienen esta posibilidad. Pero lo que realmente importa no es si una actuación es espontánea o no,

sino más bien si parece serlo (los artistas más cotizados en vivo suelen tener sus shows rígidamente controlados -vayan a ver a James Brown durante varias noches seguidas y verán exactamente las mismas <<improvisaciones>>). El empleo de ayudas <<artificiales>> por parte de las bandas de rock está, consecuentemente, escondido (por ejemplo, el uso de cintas pregrabadas es ahora rutinario) o disimulado (los fabricantes de instrumentos electrónicos se están especializando en la producción de aparatos que pueden tocarse como si fueran teclados o instrumentos de percusión normales, no es necesario el diseño de una máquina de ritmos semejante a un Syndrum o a un Kit Simmons, como algo para ser golpeado). Si se descubre el engaño, las audiencias se sienten sin duda ultrajadas. En cierta ocasión ví a Vince Clarke de Yazoo pretender tocar su Fairlight (todo lo que estaba haciendo era cargar y descargar los floppy discs). Cuando finalmente se cansó y se fue caminando, mientras la música seguía sonando, fue abucheado incluso con más fuerza de lo que lo fue Dylan en el Albert Hall” (Frith, 1988)²⁰

El criterio moderno está asociado a las vanguardias culturales de principios del siglo XX, lo que se refleja en la forma de materializar el concepto de autenticidad; las vanguardias están asociadas a lo urbano, en sintonía con la tecnología, en un vínculo creativo de búsqueda y de experimentación radical a fin de expandir los horizontes creativos y expresivos de la estética y del pensamiento; la autenticidad moderna se despliega de los entornos urbanos donde la vida social se desarrolla en consonancia con el progreso tecnológico; ningún medio técnico ni elemento externo al creador quedan afuera de la composición o de paleta de sonidos para ir más allá de lo esperado y lo previsible. El artista moderno auténtico es alguien que debe ser innovador en rechazo a las previsibles formas tradicionales del pasado; no tiene temor a experimentar, a mezclar géneros musicales y a involucrarse con

²⁰ El arte frente a la tecnología: el extraño caso de la música popular.

<http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v29n0.1465>

los medios tecnológicos a su alcance, el caos, el empleo del ruido y la velocidad de cambio no son un demérito sino por el contrario son las condiciones de posibilidad del progreso artístico²¹; por ello, la instancia de valía del quehacer artístico se produce en las grabaciones, las presentaciones en directo son percibidas como un obstáculo o un mal menor que no aportan nada a la energía creadora del artista. Para las vanguardias modernas la propuesta estética y conceptual es central; la elaboración de obras innovadoras y experimentales debe nutrirse de las posibilidades tecnológicas, por ello, la instancia de la grabación es fundamental, ya que allí es donde el artista puede construir artificios que ponen en tela de juicio a lo convencional y lo predecible, desde este criterio se propone la “inautenticidad auténtica”, la cual supone que la autenticidad debe contemplarse como una construcción y una artificialidad inevitable, en la que lo verdadero es aquello que evidencia la costura de su elaboración; la ausencia de autenticidad puede o no enmascarse, es posible afirmar que siempre se está frente a maniobras, estrategias y representaciones de la realidad, por lo cual, con este criterio, lo verdadero sería aquello que admite su falsedad.

Detrás de ciertas exigencias de lo auténtico está implícita una consagración de la individualidad creativa, que también se manifiesta en el juzgamiento de ciertas tecnologías o instrumentos aplicados a la composición y a la ejecución, corporizados en el desprecio a la música “artificial”, como la que es creada con computadoras e, inversamente, en el

²¹ Paradójicamente, la escena electrónica acusada de artificialidad es aquella que suele recurrir a menos artilugios icónicos para transmitir su música, “...parte del carácter underground de la electrónica está relacionado precisamente con su rechazo de la cultura contemporánea del ícono. Cuanto más underground sea una discoteca, menos distracciones visuales tendrá, cuanto más hardcore es la escena, menos hay para ver. Las discotecas siempre van a escatimar en decoración antes que hacerlo en sistemas de sonido. Muchos fanáticos del rock cuando van a ver un DJ o un show electrónico en vivo, lo encuentran aburrido dado que no hay nada que mirar: nada de teatralidad, nada de vocabulario de representación escénica o gestos exuberantes como los hay en el rock, solamente unos tipos nada glamorosos girando perillas en unas máquinas. Pero eso es perder el punto principal, dado que el foco de la electrónica no es el artista. La multitud es la estrella” (Reynolds, 2015).

elogio a la expresión musical con instrumentos acústicos o sinfónicos, bajo soporíferos formatos unplugged u orquestales, como signo de autenticidad. La performance artesanal, natural, desenchufada remite a un imaginario romántico que ve en la tecnología digital aplicada a la instrumentación y a la grabación un demérito de la acción artística; esta imagen bucólica del creador y del ejecutante musical no puedo hoy en día ser sostenida sin una gran dosis de cinismo, ni puede ser aceptada sin una contrapartida de gran ingenuidad en el consumidor; el desarrollo tecnológico es intrusivo e ineludible, ya que “...a medida que la comprensión de las tecnologías más básicas, las rutinas y las prácticas de la grabación en estudio fueron incorporándose gradualmente al bagaje teórico y práctico, esencial, del músico (...), los músicos semiprofesionales y aficionados también empezaron a construir sus propios estudios, empleando equipos de bajo coste especialmente concebidos por los fabricantes para el incipiente mercado del estudio doméstico” (Paul Theberge en Frith, Straw y Street, 2006). Quizás uno de los grupos considerados más honestos y auténticos The Who han echado el guante a estrategias quizás no tan profesionales como las que actualmente aconsejarían equipos de marketing y publicidad pero maniobras al fin, sus managers intuyeron un filón con respecto a una audiencia mod naciente²², cambiaron su nombre original The High Numbers y diseñaron no solo un logo y una vestimenta ajustados a los cánones estéticos (la presentación personal goffmaniana) sino una determinada forma actuación (Goffman,) o performance escénica de comportamiento en el escenario, destrucción de guitarra incluida; Townshend llegó a declarar que “...la imagen mod nos la impusieron por la fuerza. No fue honrado”. Para mantener intacta su credibilidad, la banda observaba los pasos de baile del público mod y

²² Un movimiento juvenil surgido en el Reino Unido en la década del 60 que bebe de las fuentes de “...cierta herencia de los estereotipos beatnik” caracterizado por una “...especial querencia por determinados estilos de música como el modern jazz, el R&B, el soul o el ska jamaicano, el consumo de anfetaminas...”.

<http://www.jotdown.es/2017/05/quadrophenia-historia-inicio/>

los recreaba en el escenario, así otros públicos pensarían que habían sido inventados por The Who” (Shapiro, 2006).

Volviendo al factor técnico como elemento negativo para la construcción de la autenticidad debe remarcarse que el volumen y la intensidad son rasgos distintivos del rock que solo la tecnología puede permitirlos, la enunciación de la posibilidad de la elaboración de una obra o de su ejecución desprovista de las herramientas tecnológicas es un disparate. Los estudios de grabación posibilitaron el desarrollo artístico y la experimentación, gracias a los cuales los músicos pudieron ir más allá de los límites impuestos por las discográficas y el sistema de alquiler de los mismos; la tecnología, ha permitido una racionalización más eficiente de la performance, tanto en el estudio de grabación como en las actuaciones en vivo, promoviendo un debate que reingresa bajo nuevos ejes de discusión en relación a los criterios inaprensibles de la “autenticidad”. El imperio en el rock de la tecnología en las instancias de grabación, acumulación, distribución y consumo es cada vez decisiva en términos de la determinación de las capacidades de creatividad, edición y producción sonora²³; el posicionamiento del rock en la esfera cultural es asociado desde la crítica especializada con ideas de innovación, experimentación y modernización sonora y estética, su creciente presencia en los medios y las redes sociales funciona como un fenómeno global orientado a un público heterogéneo; su producción está atada indisociablemente al desarrollo tecnológico, gracias al trabajo de los artistas y músicos con técnicos de sonido y productores²⁴. El uso creciente de sintetizadores y samplers permitió el empleo de recursos

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=iOIPCpSmhRM>

https://www.youtube.com/watch?v=scmYG1Pv1_Q

<https://www.youtube.com/watch?v=nZObMvBZjKw>

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=nNtv-LwyJ2M&index=19&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzbz5UC2&t=0s>

estables para almacenar y reproducir sonidos de una forma económica y transportable tanto en los estudios de grabación como en las performances escénicas; aunque en muchas propuestas de artistas de rock se intente encubrir su presencia los adelantos técnicos son vitales, tanto desde el punto de vista de la performance, la instrumentación, la amplificación y las modalidades de grabación como en la difusión y la comercialización de los discos. Hacia finales de los ochenta, el concepto de autenticidad, que fue uno de los pilares de la exclusión de ciertas expresiones musicales como el tecno pop o la música dance, comenzó a ser cuestionado; durante ese período, ciertas expresiones de orientación vanguardista, como el post-punk²⁵ y el synth-pop²⁶, plantearon una pretensión artística de la artificialidad, y con ello el uso de medios digitales en la creación y grabación de las obras musicales implicando con ello una detracción de los cánones tradicionales de autenticidad del rock; la reivindicación de lo artificial relativizó el criterio de demarcación del rock como una significación en permanente deconstrucción.

Es destacable que en la actualidad todos los músicos y compositores emplean herramientas digitales para realizar sus discos, como los Pro Tools²⁷ o Autotune²⁸, hasta los que hacen

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=Y4DJTxWhWkI>

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=nNtv-LwyJ2M&index=19&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzbz5UC2&t=0s>

²⁷ Este es un programa que “...trabaja en conjunto con una serie de hardware externo e interno para crear un potente sistema de grabación, edición y mezcla. El software de Pro Tools es el mismo en todos los sistemas de este programa, ya estés usando una edición básica casera o la más elaborada para profesionales. Este programa permite a un músico grabar con micrófonos, instrumentos analógicos o controladores MIDI, editar las pistas con herramientas intuitivas, añadir efectos, mezclar canciones y exportar los resultados a cualquier formato digital que se desee”.

<http://www.electronica-basica.com/pro-tools.html>.

²⁸ Auto-Tune presenta varias opciones de funcionamiento , en el modo automático posibilita “...seleccionar la escala a la que quieres que se adecúe el sonido del instrumento o la voz para que el programa ajuste las notas que se desvían a las más cercanas dentro de la serie fijada”, nos

música folklórica, pero los que pretenden y necesitan, por cuestiones de sintonía con las expectativas de su público, aparentar ser auténticos y sinceros ocultan estas estrategias empleadas fuera de la vista del público, por ejemplo, en el caso del rock, “...el así llamado movimiento lo-fi de los años noventa no deja de ser otro rechazo simbólico de la mediación electrónica. Con el uso de equipos de grabación <<antiguos (léase no digitales), y una especie de ingenuidad deliberada en todo lo concerniente a la composición y la interpretación, las bandas lo-fi pretenden escapar de las garras de la maquinaria hueca característica de la (re) producción del sonido contemporáneo. No obstante lo anterior, estas bandas no rechazan completamente el uso del equipo de grabación electrónico, sino que merman su eficiencia al objeto de reducir su protagonismo, algo muy semejante a lo que hacen el indie y las culturas alternativas, que generalmente subrayan su compromiso con la comunicación directa y la interpretación auténtica como resultado de poner el acento sobre los conceptos de reducción y la <<miniatura>>” (Keightley en Frith, Straw y Street, 2006).

En las últimas décadas también el criterio de la autenticidad ha sido puesto en entredicho por los críticos de rock a través de un número creciente de publicaciones y libros, como los de Simon Reynolds o Greil Marcus, quienes interpelan a un sector del público más

explica Ferrer. En el modo manual, los profesionales manejan una interfaz gráfica que les permite jugar con las notas, “recolocándolas en el tono correspondiente a la escala de la canción. En el modo automático, “seleccionas la escala a la que quieres que se adecúe el sonido del instrumento o la voz para que el programa ajuste las notas que se desvían a las más cercanas dentro de la serie fijada”, nos explica Ferrer. En el modo manual, los profesionales manejan una interfaz gráfica que les permite jugar con las notas, “recolocándolas en el tono correspondiente a la escala de la canción (...) también es posible aplicar las correcciones en tiempo real, en vez de hacerlo en la posproducción, lo que significa que el artista escucharía la versión modificada de su voz mientras canta. Hildebrand y su equipo trabajan además con TASCAM (una empresa que comercializa equipos de grabación, síntesis y edición de audio) en el procesador de voz TA-IVP, que incorpora la tecnología de Auto-Tune y puede utilizarse en actuaciones en directo”.

http://www.eldiario.es/hojaderouter/tecnologia/software/Auto-tune-musica-efecto_Cherivan_lagarto_0_429057992.html.

interesado en el análisis crítico de las tendencias musicales y simbólicas a fin de alcanzar una comprensión del fenómeno de la cultura rock; los análisis desplegados permiten una visualización más profunda de las estrategias propias de la cultura de rock que las que se enuncian en publicaciones que se asemejan más a un conjunto de notas de publicidad encubierta de músicos y bandas o las motorizadas por los artistas, los managers y las compañías, quienes intentan construir nexos de significación con el gran público o con un segmento especial de la audiencia. La detracción a este modelo tradicional de “ser rockero” requiere de una autorreflexividad de parte de los productores pero también de las audiencias, alcanzada a partir de una serie de recursos analíticos que podrían viabilizar el desmantelamiento de esta supuesta autenticidad y de sus rutinas planificadas, para reivindicar la artificialidad como la explicitación y visibilización de los mecanismos sobre los que se ajustan múltiples esquemas transformados en las fórmulas probadas del rock; esto permite concluir que lo supuestamente auténtico es muy inauténtico y verdaderamente artificial, lo verdadero sería aquello que admite su falsedad; por ejemplo, Simon Reynolds (2017) en su libro sobre el glam rock explica cómo este movimiento artístico de comienzos de los 70 rompió los patrones de la autenticidad y la bohemia que dominaba la escena de la época llamando proponiendo una reivindicación de las máscara y lo artificial como pivotes de la expresión artística, “...con su renuncia a lo natural, lo orgánico y lo íntegro a favor de lo antinatural, lo plástico y lo artificial”, el glam compuso una propuesta insolente, cáustica y autorreferencial que reveló el esencial componente de falsedad y artificialidad inherente a cualquier expresión de la cultura rock, así el glam se distinguió por llamar “...la atención sobre su propia falsedad. Los intérpretes exhibían un comportamiento déspota, dominaban al público (al igual que cualquier verdadero artista del mundo del espectáculo), pero en simultáneo llevaban adelante una suerte de autodeconstrucción burlona de sus propias personalidades y poses, satirizando el carácter absurdo de toda

performance”²⁹. Reynolds asocia la develación de la imposibilidad de la veracidad y la naturalidad en el accionar artístico interpelando los límites entre lo artificial y lo auténtico con la referencia a Erving Goffman y su desarrollo de la teatralidad implicada en las actuaciones de las personas en los escenarios de la vida cotidiana, “...según la perspectiva que uno adopte al respecto, se puede extraer de este fenómeno una conclusión melancólica (nunca es posible ser real en ninguna situación interpersonal, y tal vez incluso en el escenario de nuestra mente consciente todos desempeñamos un ideal o una versión petrificada de nuestro yo) o liberadora (dado que la identidad carece de núcleo, siempre es posible reinventarse, cambiar el papel que se interpreta y la persona que se exhibe ante los demás una y otra vez)”.

Las reglas del rock

Los artistas, los músicos, los medios especializados y, también, el público de rock han ido elaborando, sin una intencionalidad explícita, a través de décadas, una serie de reglas o códigos expresivos, de ceremonias y de conducta no formales que no se sustentan, en sus fundamentos, en acciones que impliquen una racionalización teórica sino que son fruto de la imitación de músicos o de otros pares, son interesantes los casos donde el sentido de un gesto es ignorado por las audiencias al copiarlo, como es el de hacer con la mano cuernos, lejos de querer transmitir una señal demoníaca su difusor dentro del rock Ronnie James Dio, cantante de Black Sabbath, quien lo realizaba en sus conciertos imitando a su abuela con el sentido supersticioso de alejar las malas vibraciones. A través de anécdotas, entrevistas en medios, acontecimientos emitidos en noticieros, letras de canciones, estéticas de vestimentas o videoclips es cómo se van produciendo una acumulación de lo que se puede llamar cultura rock; es por ello que al no tener una formalización manifiesta explicitada en manuales o reglamentos formales deba utilizarse un material fragmentario y

²⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=qXQzKsnlee8>

de origen heterogéneo para analizar cuáles serían algunos de los protocolos implícitos en la participación en el rock y la naturaleza de sus convenciones³⁰. En el primer libro de Peter Capusotto, Pedro Saborido y Diego Capusotto establecen una serie de recomendaciones ridículas sobre el estilo de vida que pretende enarbolar la cultura rock, por medio de respuestas a preguntas tales como “...¿Qué hacer en caso de triunfar y que se nos muera el cantante?”, “¿Tocando la batería o el bajo es posible contestar reportajes?” o “¿Hay que hacer gesticulaciones o morisquetas con el rostro cuando se toca un solo de guitarra?”, a través de una secuencia de oraciones en forma de preguntas se burlan de las difusas convenciones del rock y dan cuenta de manera sencilla del proceso de previsibilidad que encausa la energía y las ansias de rebeldía dentro de los mecanismos predecibles de comercialización de las mismas, ridiculizan las reglas que en el mundo del rock parecen respetarse casi a rajatabla, aunque nunca los músicos hayan recibido una escolarización sobre el tema o no se haya producido un manual con las indicaciones estipuladas sobre “cómo ser rockero”. Es difícil encontrar, por la mencionada informalidad propia de la cultura rock, exposiciones o recomendaciones formales que expliciten estos códigos; sin embargo, pueden observarse algunos de ellos en una nota expuesta a continuación, con las recomendaciones en las que se guía a los novatos que quieran sumergirse en la cultura del rock y ser un “rockero”³¹. En la nota *Cómo cultivar el estilo del rock and roll* se plantean consejos organizados a partir de tres dimensiones de abordaje: 1) Escuchar rock and roll 2) Actuar como un roquero 3) Formar una banda. El artículo en cuestión comienza con una breve sentencia que orienta al principiante para ingresar en el mundo del rock, “...si deseas cultivar este estilo, es esencial que aprendas sobre los compases particulares de la música roquera y la historia del género. Puedes aprender a escuchar el rock and roll correctamente, cultivar el estilo de los roqueros e, incluso, formar tu propia banda

³⁰<https://www.youtube.com/watch?v=OxXS7ZKdsIE&index=14&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzb5UC2&t=0s>

³¹ <http://es.wikihow.com/cultivar-el-estilo-del-rock-and-roll>.

de rock”; con respecto a la primera dimensión que se centraliza en escuchar rock and roll se recomienda aguzar el oído hacia una amplia variedad de música de rock, sin preocuparse por los estilos, propugnando una actitud sin prejuicios para atender e informarse sobre la historia y sus clásicos (incluyendo la posibilidad de realizar viajes a lugares emblemáticos, como Memphis, Liverpool o París)³² pero también alentando una actitud que podría decir más experimental la indagación sobre las bandas y las nuevas tendencias; en este acercamiento introductorio se afirma que es importante “...sentir el rock”, sin muchas más

³² “Engánchate al rock clásico. Si ya tienes el deseo de ser un roquero, probablemente sea gracias al rock clásico. Es un término difícil de individualizar por completo (especialmente porque algunas estaciones de radio solo música roquera con no más de 15 años de antigüedad), pero habitualmente se refiere al rock and roll de mediados de los 60 hasta mediados de los 70. Algunas bandas de rock clásico son los Rolling Stones, The Who, Cream, Jimi Hendrix, entre muchas otras. El sonido y el estilo específicos de la música varía mucho. Habitualmente, el rock clásico tiene muchos sonidos de guitarra, con varios solos y riffs, así como voces fuertes y rimas rápidas. Otras personas consideran que algunas bandas tan diversas como Nirvana, Guns 'n Roses, Bad Company y Kansas también pertenecen al rock clásico. No tiene tanto que ver con la época, sino con la actitud. Escucha las variedades más fuertes de rock and roll. Este género tiene la reputación de ser fuerte e intenso (...) si el rock clásico no es suficiente para ti, indaga en alguno de los estilos más extremos del género roquero. El punk rock surgió a mediados de los 70 como una respuesta directa a la actitud pretenciosa de las bandas roqueras de moda en ese momento. En este estilo no encontrarás melodías de 30 minutos, solo tres acordes y la verdad. Algunas bandas clásicas de punk son The Stooges, The Clash, The Ramones, The Sex Pistols, The Damned y los Zero Boys. Otros grupos más modernos de este estilo son The Black Lips, True Sons of Thunder y The Oblivians. El rock metálico o heavy metal es la versión más extrema del rock and roll. Se originó con los sonidos pesados y lúgubres de Black Sabbath y se ha difundido y segmentado en variedades infinitas de estilos y géneros derivados, alcanzando su máximo apogeo en los 80. Para tener una idea de este estilo, escucha a Judas Priest, Motorhead y Metallica. Averigua las raíces del rock and roll. Escucha a los abuelos de este género, los referentes más antiguos de la época en que el country comenzó a mezclarse con el R&B y el blues para crear un estilo completamente nuevo. Busca grabaciones antiguas de Elvis Presley, Jerry Lee Lewis y Carl Perkins realizadas en el Sun Studios para captar el sonido de la época, o escucha a Screamin' Jay Hawkins, Ike Turner y Gene Vincent para tener una idea de quiénes fueron los primeros en la industria. Es verdaderamente genial. Si quieres adentrarte aún más, busca a los tatarabuelos del género y explora el mundo del componente más puro y potente de la música de los Estados Unidos: el blues. Este es el folclor norteamericano, cantado y perfeccionado por trabajadores agrícolas afro americanos, que resulta hasta más intenso que Led Zeppelin o que el black metal. Si deseas conocer un poco de la mejor música de todos los tiempos, escucha a Blind Willie Johnson, Charley Patton, Geechie Wiley y Bessie Smith”.

precisiones. También se aconseja ver conciertos en vivo y emocionarse con la acción de participar en un acto colectivo y casi tribal³³, ya que la conexión e inmersión apasionada, no racional con el sonido o la performance está enraizada con esta forma de expresión cultural, esta disposición subjetiva es central para sentirse parte de la experiencia del rock; también, si es posible, la nota recomienda escuchar el rock “como debe ser”, en discos de vinilo, “...si vas a ser un verdadero roquero, debes escuchar los clásicos de la manera en que debían ser escuchados; en discos de vinilo, tocados en un tocadiscos y, de preferencia, a todo volumen”.

Para ser y actuar como un rockero es fundamental alcanzar una actitud coherente con las reglas de una racionalización práctica rockera, que debe llevarse a cualquier ámbito de la vida, debe procurarse la elaboración una disposición basada en parecer y expresarse como alguien relajado y espontáneo, considerando que cualquier ambiente puede ser un ámbito potencial para expresar la actitud rockera. Para ir construyendo esta actitud es aconsejable, según la nota, leer biografías y documentales sobre solistas y bandas de rock; los consejos de estos los autores de la nota indican que esta disposición actitudinal debe complementarse con el uso de accesorios, gafas de sol (usándolas también lugares sin sol), pulseras, pañuelos, aros y anillos los cuales dan un look muy rockero, la ropa, la cual debe ser gastada y de alguna marca considerada rockera, como Levis, “...compra calzado de la marca Chucks. Los Chuck Taylor All-Stars son los zapatos más fieles al estilo del rock and roll, junto con Beatle Boots y las botas de marca Doc Marten”; se recomienda con particular énfasis que las prendas no deben comprarse en centros comerciales, sino en circuitos comerciales legitimados como rockeros que parecieran habilitar un consumo sin

³³ “Todo roquero debe vivir la experiencia de pararse entre la multitud y sentir la emoción de ver a una gran banda de rock en el escenario. No hay nada en el mundo como ese momento en que las luces del escenario se apagan y la multitud comienza a gritar. Llega temprano y escucha a las bandas de apertura, así podrás conocer temas nuevos y saber qué es lo que viene. Y recuerda gritar tan fuerte como puedas”.

culpa. El corte de cabello es un ítem decisivo, para los que gustan del rock clásico o en su asociación con la música folk se sugiere dejarlo muy largo, “...para los hombres, dejarse crecer el cabello es una manera excelente de vivir el rock. Agitar la cabeza con el cabello largo al ritmo de la música es lo uno de los mayores placeres de la vida. Por otro lado, afeitarse la cabeza o hacerse un corte estilo "mohicano" es más común entre los roqueros punk. Para las mujeres, hay muchos estilos de cabello que encajan con el look roquero. Dependiendo de lo que más te guste, puedes teñirte un mechón de color azul eléctrico o cortarlo muy corto, incluso dejarte crecer el flequillo al estilo hippie, como Joni Mitchell”; para aquellos que se orienten por la música post punk el cabello corto es preferible al largo que se identifica con los hippies, así como para aquellos que adscriban al punk deben poder pararse mechadas del pelo con algún aditamento capilar³⁴.

Por último, las sugerencias que quizás sean más complejas de llevar adelante con éxito tienen que ver con las de formar una banda, se invita a formar un grupo de rock, practicar un instrumento e intentar componer tratando de sonar original, para ello, en la nota en cuestión, se propone elegir un instrumento bien tradicional en el rock, las opciones electivas implican consecuencias que se deben conocer de antemano, elegir una guitarra (“...no hay nada que tenga más estilo y alma que la clásica guitarra eléctrica roquera”), un bajo (“...como bajista, tendrás mucha demanda entre las bandas”) o una batería (“...el baterista siempre es el más salvaje del grupo, el que da los golpes y mantiene el ritmo de todos los demás instrumentos. Aunque es uno de los instrumentos más apasionantes, es importante tener un sentido natural para el ritmo y el deseo de ser el mejor. ¿Estás a la altura del desafío?”), conducen, implícitamente, al músico hacia posicionamientos diferenciales dentro de la banda, expectativas y definiciones de sí mismos (por ejemplo, el

³⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=oX-Q6EHyKU8>

<https://www.youtube.com/watch?v=Qg-VC8b8lsY>

cantante siempre debe enfrentar a la audiencia y presentar una imagen que lo distinga del resto de los miembros de la banda) y un vínculo específico con respecto al futuro público (no es lo mismo lo que se espera del guitarrista que hace los solos que del que toca la guitarra rítmica). Una consigna final remite al volumen y a la velocidad de ejecución del instrumento como sinónimo del espíritu del rock que hay que respetar, “...una de las máximas más antiguas del rock es que, si no puedes tocar bien, al menos debes tocar rápido; si no puedes tocar rápido, al menos debes tocar fuerte. Esto se mantiene hasta el día de hoy”.

Los Ramones han sido un grupo que simbolizó la simpleza cruda del rock, desprovista de artilugios y sofisticación; sus actuaciones parecían ser espontáneas, emergentes de la acción individual de cada uno de sus miembros, su imagen estaba en la antípoda de aquellos grupos que evidenciaban un trabajo sobre su imagen como algo prefabricado; contrariamente a estas creencias la realidad contada por su guitarrista demuestra ser muy diferente; en su autobiografía *Commando Johnny Ramone* explica ciertas decisiones que tomaron en sus inicios para darle forma a su propuesta. A partir de sus primeras actuaciones en 1974 en el CBGB los miembros del grupo evalúan la forma en que se vestirán y como se desempeñarán dentro del escenario a partir de una filmación sobre uno de sus conciertos. Con respecto a la imagen Los Ramones reconsideran y revisan el empleo de su vestimenta primigenia, ornamentalmente brillante, orientada por el glam de los New York Dolls³⁵; ante la disyuntiva de cambiar el aspecto que daba la banda, así, Johnny reflexiona: “...era imposible que el americano medio se viera bien vestido al estilo chillón y que debíamos encontrar una imagen más sencilla. Que lo chillón iba bien si tenías la talla adecuada, pero con sólo que te sobrarian dos kilos ya te veías ridículo y que eso impedía que todo el mundo pudiera identificarse con ese look. Era limitado y en cuanto ese americano medio lo descubriera, esa moda estaba muerta, de manera que teníamos que encontrar algo con lo

³⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=Pl6hg0pd57g>

que pudieran identificarse los chicos, más intemporal, algo así como lo que nos pondríamos cuando volviéramos a salir después de haber estado encerrados una temporada (...) fue un proceso lento, de unos seis meses, pero dimos con el uniforme: idealmente debía tener tejanos, camiseta, chaqueta de cuero —Perfecto, como la mía— y zapatillas de tenis. Queríamos que los muchachos pudieran identificarse con nuestra imagen y que no tuvieran problemas para venir a nuestros conciertos vestidos más o menos como nosotros”; también los miembros del grupo analizan cómo posicionarse en el escenario y que comportamiento debía tener cada uno, “... nos dimos cuenta del daño que nos hacía que Joey siguiera haciendo aquellas mariconadas y estupideces, dando patadas y cayéndose de rodillas mientras cantaba, que era espantoso y ridículo. Le dijimos que se limitara a quedarse de pie y aguantara el micro; como Dee Dee tocaba con los dedos, le dijimos que quedaba mejor tocar con una púa (...) nada de afinar en el escenario; avanzar y retroceder por el escenario sincronizadamente; Joey de pie, recto, pegado al micro durante todo el show. Lo estudiamos: había que mantener la simetría, así que hicimos mediciones para asegurarnos de cerrar la línea de los amplis y que todos los elementos quedáramos integrados de manera que no pareciéramos perdidos en el escenario”.

La customización del rock

Desde la dinámica de la cultura rock se generan señas y códigos que permiten a sus participantes asimilar criterios de diferenciación, desde los cuáles se expulsan y también se asimilan estilos y géneros musicales. En la industria de la música ha sido vital clasificar las manifestaciones musicales y los artistas dentro de encuadres previsibles para los consumidores y las audiencia, estas distinciones permiten el funcionamiento de las discográficas que como “...primera pregunta que se hace acerca de un demo o de un potencial cantante es que tipo de música es, y la importancia que tiene esa pregunta consiste en que se integra una interrogación sobre la música (cómo suena) con una

interrogación sobre el mercado (quién va a comprarla). El problema subyacente para la compañía discográfica -en otras palabras, cómo convertir la música en mercancía- se resuelve en términos de género. El género es una manera de definir la música que corresponde a un mercado o, alternativamente, el mercado que corresponde a una música” (Frith, 2014: 148). Los géneros se subdividen a su vez en subgéneros que permiten la customización del consumo, la catalogación y la organización en clusters de la producción musical son vitales para el comercio discográfico, aunque suponen definiciones limitadas en su explicitación ya que descansan en precisiones ambiguas debido a que los límites de cada uno de éstos definidos por la industria carecen de claridad y consistencia, conllevan una clasificación que permite la orientación y la organización de la publicidad y el mercadeo de los artistas. Es posible enumerar una serie de reglas para establecer, según el trabajo de Franco Fabbri (Frith, 2104), la estructuración dinámica de los géneros en cuestión; ellas son las reglas formales y técnicas (instrumentos, modos de tocar, melodías, ritmos), reglas semióticas (formas en la que se transmite y expresa el sentido), reglas de conducta (gestualidades, relación con el público, performances, formas de presentación visual), reglas sociales e ideológicas (explicitación de las intenciones artísticas, actitudes políticas) y reglas comerciales y jurídicas (propiedad, copyright, derechos de autoría y comercialización de performances, logos e imágenes). Las reglas que definen los géneros varían en importancia de un género a otro, por ejemplo, en el punk rock la imagen, la actitud y la expresión de rebeldía en las letras son centrales y las formas técnicas de reproducir el género son secundarias. Simon Frith (2014: 178) sostiene que Fabbri es conciente que este panorama puede llevar a una lectura estática y anquilosada de los géneros, sus ordenaciones no pueden por su naturaleza ser formalizadas en protocolos estables de expresión, ya que los mismos están en permanente reconfiguración, cada género muta como consecuencia de lo que ocurre en el resto de los géneros y como efecto de transformaciones culturales, tecnológicas y socio demográficas, “...las reglas de los géneros determinan el modo en que las formas musicales están dotadas de sentido y de

valor, determinan el grado de propiedad que tienen los diferentes tipos de juicio, determinan la competencia que tienen diferentes personas para hacer evaluaciones. Experimentamos la música a través de los géneros; a través de ellos ponemos en contacto lo estético y lo ético”.

Frith (Frith en Frith, Straw y Street, 2006) indica que la atribuida condición de autenticidad de los artistas, cristalizada por la crítica y/o el público, permite legitimar su propuesta y posicionarlos en el mercado como mercancías "normalizadas", en el sentido de representar una variación identificable y particular dentro de una matriz identitaria del mercado, la cual se pone a disposición de los consumidores potenciales para que ellos evalúen y escojan para cumplir sus expectativas de individualización. Frith explica que los diferentes estándares estéticos son elaborados para que puedan ser asimilables dentro de pautas comunicacionales heterogéneas direccionadas hacia heterogéneos canales de contacto con sus potenciales audiencias y consumidores específicos, a fin de que nadie escape del mercado y encuentre que sus expectativas, deseos y preferencias también puedan ser comercializables; argumenta que, como otras formas musicales, el rock se materializa gracias a una fuerte configuración motorizada por grandes organizaciones, que basan su rentabilidad en los derechos de autor “...*(así, las corporaciones musicales más poderosas son una combinación de sello discográfico y editorial musical) y la distribución musical. Actualmente, las corporaciones musicales más poderosas –Universal, BMG, EMI, Sony, Warner) forman parte de supercorporaciones del entretenimiento que tratan de beneficiarse a toda costa de los medios y los canales por donde discurre la música en el plano global –la música impresa, los CD, la televisión por cable y vía satélite, el cine, internet, etc.-. La creación de contenidos, la detección del talento y la búsqueda de nuevos mercados son tareas que realizan los operadores independientes, financieramente autónomos pero supeditados a los poderosos en virtud de redes de honda raigambre basadas en la reputación y la confianza”.*

Más allá del discurso anti comercial del rock, sus prácticas no son ajenas a las estrategias de comercialización y del marketing, según Frith la industria utiliza dos mecanismos para controlar la demanda y reducir las incertezas de un mercado inestable, uno es el sistema de promoción y marketing de las estrellas (star system), que posibilita procesos de identificación y de pertenencia con los ídolos y el otro mecanismo es el empleo de los sellos de género, o customización de la oferta, que lleva a cada compañía a segmentarse y adaptarse a los gustos diferenciales de la demanda. Con respecto a la construcción del star system, la referencia para comparar remite a la industria cinematográfica hollywoodense que elaboró modelos y estrategias basadas en las cualidades carismáticas de actores y actrices para mantener una audiencia fiel y un valor económico de sus producciones, en el rock se asimila esta estrategia a partir de la intencionalidad de las grandes discográficas y de las compañías distribuidoras para reducir la incertidumbre de los lanzamientos, fabricando y vendiendo la imagen de grupos y solistas como si se tratara de las estrellas de la meca del cine, en complemento con la difusión de relatos románticos de superación personal o de misterio en torno a músicos y creadores; con relación al segundo mecanismo, Frith establece que el rock como parte de la música popular no es una consecuencia de la industria discográfica ni responde a su control, aunque ésta juega un papel central en tanto mediadora en diferentes grados. Para reducir las incertidumbres en las ventas y en los lanzamientos de nuevos grupos y solistas las grandes empresas discográficas utilizan a los sellos independientes (supeditados a aquellos en términos de redes de difusión) como banco de pruebas de detección de talentos, consolidación de nuevas tendencias, una vez que estos desarrollan nuevos mercados y artistas con eficacia aquellos asumen un compromiso financiero con las fórmulas probadas, articulándose en instancias *“...en el que tanto la oferta (los músicos) como la demanda (los consumidores) son facetas irracionales. Así pues, las compañías discográficas, que obtienen sus ingresos como resultado de llamar al orden tanto a la oferta como a la demanda, se organizan alrededor del caos”* (Frith en Frith, Straw y Street, 2006).

La producción discográfica del rock comenzó como una industria de alcance limitado dentro de los grandes sellos discográficos, que lentamente abrieron subdivisiones para incorporar a los nuevos artistas y para satisfacer un mercado en creciente expansión; estas empresas comenzaron a incorporar profesionales, asesores y técnicos en la producción musical y a construir estudios donde fabricar aquellos productos demandados en este nuevo mercado. Del vinilo, al cassette, de allí al mp3 para llegar a las plataformas virtuales de streaming se sucedieron diferentes configuraciones organizacionales en la producción y en las estrategias de los grupos de rock; en la época del vinilo las discográficas se asemejaban a las grandes empresas fabriles tayloristas fordistas de estructura piramidal, en la actualidad han adoptado formas terciarizadas, descentradas y flexibles; con la revolución tecnológica, que implicó la digitalización de la música, se relativizó aún más el peso de las grandes empresas discográficas; a diferencia de las grandes corporaciones de la industria musical los sellos discográficos pequeños o alternativos suelen funcionar como ejes marginales de las grandes maquinarias discográficas. Las tendencias dentro del rock suelen surgir desde abajo hacia arriba, pero rápidamente son asimiladas en su necesidad de entrar en los circuitos racionalizados de comercialización de las organizaciones discográficas o mediáticas dominantes; estas ejercen el control sobre la distribución, la promoción y la mercadotecnia, los sellos independientes funcionan como espacios de experimentación y ensayos sobre la rentabilidad de los artistas; las nuevas directrices organizacionales al ser incorporadas pueden ofrecer una variante de esa customización que demanda un público exigente e hiper segmentado; un mercado heterogéneo en cuanto a consumos musicales dentro de un escenario de transformación tecnológica es el marco desde donde se debe analizar las nuevas exigencias de solistas y grupos para posicionarse frente a audiencias heterogéneas en cuanto a su perfil socio demográfico y su acceso al consumo. La producción de rock y su relación con los medios de comunicación se encuentra atravesada por el accionar de diferentes tendencias tecnológicas que erosionan y modifican sus contenidos, soportes y modelos de difusión y comercialización; la digitalización de los

contenidos musicales, el Internet y sitios como YouTube requieren nuevas estrategias para estar presentes en la red, ya sea con una reproducción íntegra de sus contenidos en tiempo real, como con la producción de otros diferentes soportes de movilidad flexible. Por ejemplo, una estrategia de customización de las discográficas de los últimos años tiene que ver con los soportes de la producción musical, en un mundo de digitalización, compresión y portabilidad casi invisible de la música se asiste a la presencia de una tecnología zombie, el disco de vinilo, este ha sido un formato de escuchar y transportar golpeado por los cassettes, demolida por los cds y, aparentemente, evaporada por los Mp3; el retorno del vinilo es parte de una estrategia de las multinacionales discográficas que se asocia a prácticas de diferenciación tanto de los consumidores como de los grupos y solistas. Según el crítico Le Currete en su artículo Los discos, no solo música, esta es una moda impuesta que retorna de una “...manera bastarda y absurda, necesaria y engañosa...”³⁶, se trata de una acción empresarial dirigida a un público con dudosa capacidad de distinción sonora y más atraídos por el snobismo y el placer del disco como objeto decorativo para mostrar a sus amistades (el autor llega a afirmar que “...conozco a personas que acumulan discos precintados en estanterías sin tener siquiera dónde reproducirlos...”) que por una necesidad de apreciar el “verdadero” sonido; en el plano de la producción se genera un mecanismo de diferenciación entre aquellos que solo pueden acceder a la difusión digital de lo que ingresan al exclusivo mundo de los “artistas del vinilo”.

La masificación y la customización parecieran tendencias opuestas pero que pueden funcionar como procesos que se producen conjuntamente. La masificación de la producción musical ha ampliado los segmentos de mercado, los adolescentes, los jóvenes, lo adultos y, también, los de tercera edad son públicos receptivos a las estrategias de las discográficas y de los medios de comunicación, entre estas dos instancias organizacionales se destinan recursos para promocionar determinados grupos y solistas sobre los que aquellas han

³⁶ <http://www.revistarock-id.com/los-discos-no-solo-la-musica/>.

invertido. Listas de éxito, promociones, categorías musicales específicas y variadas estrategias de mercado intervienen en la construcción de diferentes perfiles de consumo del rock; la creación de estilos y subestilos de música rock evidencia un proceso de customización del consumo (explicado en otro capítulo del presente trabajo), desde la operatoria de las grandes corporaciones musicales hacia el público, sin embargo se trataría, más bien, de aglutinar y organizar pautas de acceso a los consumidores, consensuando gustos u opciones de consumo en torno a determinados estilos fácilmente previsibles e identificables. Los festivales, que a veces llevan directamente el nombre de la marca auspiciante, como el Pepsi Rock o el Personal Fest, también se orientan hacia determinados públicos del mercado segmentado del rock, así se organizan festivales orientados al hard rock, otros al heavy metal, al pop o a la música electrónica; parte de este público asistente reconoce de antemano la orientación musical de cada uno de estos festivales y ejerce su libertad y soberanía de consumir.

Desde la década del ochenta el mercado del rock se fragmentó y se estabilizó dentro de clusters artísticos estableciéndose listas de la industria musical, como los de la revista Billboard, que hasta hoy en día aglutinan y organizan el consumo de la música y permiten la evaluación contable de los rendimientos de sus múltiples manifestaciones (R&B, electrónica, artistas emergentes, tras, hip hop, pop, death metal, new folk, old folk, punk, independiente, etc.)³⁷; los artistas del rock denominado independiente o alternativo (aquellos que tienen la pretensión de representar un enfoque no comercial) entran también

³⁷ “...el grupo MTV se ha alejado del mainstream único segmentando su audiencia mediante una diversificación de sus programas, de sus sitios y también de sus cadenas. MTV ha entrado en el mainstream plural. Actualmente, MTV ya no es un canal único., sino una plataforma de 150 canales temáticos. En Europa, por ejemplo, el programa MTV Base es hip hop, MTV Pulse es más rock, y MTV Idol, más variedades internacionales. Y así, según los países, hay cadenas dirigidas a los amantes de los pasatiempos digitales (MTV GameOne), los latinos (MTV Latin), los asiáticos (MTV Asia), los gays (Logo), los jóvenes apasionados por la comedia y las series de animación (Comedy Central), e incluso para los niños hay una miniplataforma especializada por segmentos de edad (MTV Kids & Family Group)” (Martel, 2014).

en esta modalidad de racionalización y comercialización de los productos y los gustos. La racionalización de la música, en la que se incluyen aquellas expresiones musicales categorizadas como rockeras, eleva su nivel de difusión, ya que, su consumo, en los últimos años, en medida creciente³⁸ se materializa empaquetados a través de las plataformas de streaming³⁹, que construyen playlists (lista de temas que son compilados desde diferentes artistas u obras) que responden a etiquetas preestablecidas, tales como música para dormir, enamorándose, comida en familia, electro workout, novedades indie, totally alternative, llegando a casa o querida resaca. Rocío Guerrero Colombo, Directora de Programación de Spotify, declara, en la revista Rolling Stone N°233, que “...la gente ya no escucha únicamente en base a un género específico, sino dependiendo de su estado de ánimo”; en la nota en cuestión se establece que ante la abundancia de temas y obras musicales disponibles en estas bases de información las estructuras de listados (playlists) se elaboran para

³⁸ “En un mercado musical en el que las plataformas de streaming están por encima de los formatos físicos - según el sistema informativo Nielsen SoundScan la venta de vinilos y el consumo de música online crecieron por encima del 50 por ciento en 2014, dejando en el olvido a los discos compactos que causaron furor en los años 80 y 90 – vale la pena preguntarse qué hace tan atractivas a estas plataformas que hoy están asociadas a diferentes servicios de telefonía móvil o marcas tecnológicas y que impulsaron al sitio web más importante de videos a incursionar con su propia beta: YouTube Music Key”.

<http://www.shock.co/cultura/articulos/ocho-plataformas-para-escuchar-musica-por-streaming-67488>.

³⁹ “Las plataformas de servicio de streaming son a grandes rasgos sitios en la red que permiten la reproducción, descarga y emisión en línea de audio o video gracias a una corriente de flujo continuo e ininterrumpido que funciona mediante un búfer de datos que almacena el contenido descargado y de manera paralela lo muestra al usuario, la mayoría cuentan con soporte para dispositivos móviles y son utilizadas por empresas, emisoras de radio y creadores de contenido (entre otros) para hacer llegar su trabajo al internauta de la manera más rápida y efectiva posible (...) de ahí que también existan plataformas para descargar música gratis desde cada una de las aplicaciones de streaming como lo es Éxitos Música, una página de internet que permite obtener cupones para inscribirse a cada una de las plataformas de streaming y descargar tus canciones favoritas sin ningún tipo de problema”.

<http://www.freim.tv/las-plataformas-de-streaming-y-el-poderio-perdido-de-las-grandes-disqueras/>.

“organizar el caos” y hasta permiten el descubrimiento de novedades a través de lo que se llama el “Radar de novedades”, entre dos categorías de listas aparentemente opuestas como sería el punk y el AOR music (rock orientado hacia adultos)⁴⁰ no habría posicionamientos anti y pro sistema; como lo explica, el sociólogo estadounidense Mark Fisher, “...*lo alternativo*’ y *lo independiente*’ no designan algo fuera de la cultura mainstream; más bien, son estilos. De hecho, los estilos dominantes dentro de la cultura hegemónica. Nadie ha encarnado (o luchado contra) este conflictivo punto más que Kurt Cobain y Nirvana (...) Cobain sabía que era solamente otra pieza del espectáculo, que nada funciona mejor en MTV que una protesta contra MTV; sabía que cada uno de sus movimientos eran un cliché programado por adelantado, incluso dándose cuenta de que eso es un cliché”. Y por supuesto Cobain perdió”⁴¹.

Burocratización organizacional del rock

Con el aumento de la popularidad del rock se incrementan las potencialidades económicas de rentabilidad económica y el consiguiente interés empresarial sobre los artistas, generando entramados en los que los solistas y grupos encuentran un apoyo material para su acción y las empresas una oportunidad de incrementar sus negocios, desplegándose no solo estrategias comerciales planificadas sino además una serie de profesiones de lo que se denomina la “industria creativa”, como diseñadores visuales, productores, fotógrafos,

⁴⁰ El Adult Oriented Rock es según el periodista Tito Lesende (cuadernos Efe Eme N°12, 2017) un conjunto de estilos musicales que tiene por común denominador colchones amables de teclados, pseudo exploraciones musicales, riffs de guitarras inofensivos, coros y armonías vocales convencionalmente límpidas que vuelven a esta categoría una opción cómoda y convencional para un mayoritario público estadounidense blanco, teniendo como exponentes notables a grupos como Boston, Kansas, Journey, Foreigner, Fleetwood Mac, ELO o Toto. Con respecto a esta banda como estaba formada por músicos de sesión la revista Rolling Stone la consideraba como un divertimento de funcionarios del rock.

⁴¹ <https://jcrfarchivos.com/2010/05/30/vivimos-la-peor-epoca-de-la-historia-del-rock-30-de-mayo-de-2010-artes-y-letras/>.

escenógrafos o estilistas; “...esta profesionalización del arte tiende a convertirlo en una actividad regida, como las demás, por reglas de funcionamiento, administrativas y jurídicas, que lo integran en el sistema general del funcionamiento social” (Lipovetsky y Serroy, 2015: 96). Los ejecutivos disponen de mecanismos contractuales que reportan benéficos y, a la vez, atan a los músicos y creadores al funcionamiento de un engranaje burocrático en el que deben ubicarse y al que deben reportar previsiblemente; desde sus inicios, las bandas y solistas más populares han tenido y tienen personas, los managers, que se han ocupado de la organización de las giras, de la promoción, de las finanzas y de muchas otras decisiones aportan estabilidad y certidumbre, y que contribuyen a llevar a los artistas a la popularidad, sus tareas profesionales abarcan aéreas muy diversas, desde discutir contratos discográficos hasta conseguir grupos y drogas, su tarea principal radica en guiar la carrera de los músicos. Los managers pueden llegar a ser figuras decisivas en la organización de la creatividad, de la imagen de la banda y de las decisiones artísticas y comerciales.

Los managers, junto a los integrantes de la banda, establecen las dimensiones y las características del personal contratado para las giras y para la producción de artística de sus obras; ellos han terciado junto a los miembros de la banda la forma de posicionamiento estético para diferenciarse de otras propuestas y a la vez asimilarse a las expectativas de determinado público. La impronta comercial sugerida por asesores y managers puede verse reflejada, por ejemplo, en las estrategias de asociación sponsors de marcas relevantes en el mercado para sostener comercialmente las giras y en la venta de canciones, para piezas publicitarias de marcas o, por el contrario, en la negación de este tipo de simbiosis entre la actividad artística y el marketing, es fruto de las decisiones y orientaciones que el manager y los integrantes que lideran a la banda; por ejemplo, la elaboración de la imagen de una banda bajo un logo, tal como cualquier marca comercial, es un fenómeno que está presente desde la década de los 60, su diseño y confección involucra, en la actualidad, la

participación de artistas gráficos o de profesionales de la comunicación quienes presentan opciones ajustadas a lo que la propuesta artística o musical quiere transmitir a su público o a otras audiencias potenciales⁴². El mundo del rock incorpora estrategias de branding (proceso de construir una marca a través de la administración estratégica de un conjunto de recursos asociados con un nombre y/o símbolo) para posicionarse con una identidad propia dentro de un mercado diferenciado. En los 60 los artistas realizaban el diseño de los logotipos que visibilizan a los grupos, en la mayoría de los casos, sus acciones de identificación y de promoción de forma improvisada, sin emplear los recursos profesionales de marketing (como lo hacen en la actualidad, el consejo y asesoramiento de profesionales vinculados intencionalmente al artista pesa en esta toma de decisiones, el grado de profesionalidad en las que se han desarrollado estas estrategias suponen la consolidación de departamentos y de expertos específicos en las discográficas); los músicos se contactaban por intermedio de las relaciones personales con artistas conocidos por la banda, sin que estas acciones sean parte de una planificación; Peter Jenner, manager de Pink Floyd y The Clash afirma que con este último grupo el trabajo de gestión fue diferente, "*...empecé a trabajar con ellos artísticamente en un momento en que estaban en un caos total. La diferencia con Pinky Floyd era que tuvimos que crear un mercado para esa música mientras que con The Clash tuvimos que reformular la creatividad que tenían y llevarla a otro nivel*"⁴³. Managers relevantes en la historia del rock fueron los de Elvis Presley, The Beatles, Led Zeppelin o los del grupo The Who, Chris Stamp y Kit Lambert; estos pretendieron fortalecer el salvajismo y la sexualidad de la banda con un toque intelectual, impulsando la idea de abanderarse como un grupo referenciado con los valores mod, tuvieron la idea del tartamudeo característico de la interpretación vocal de Daltrey en la canción My Generation a fin de imitar las consecuencias del consumo de

⁴² <https://www.youtube.com/watch?v=pnl8QvtZVs8>

⁴³ <https://www.lanacion.com.ar/1837424-peter-jenner-50-anos-como-manager-de-rock>.

anfetaminas, también pergeñaron la conquista del mercado norteamericano con las giras en USA, la participación en Woodstock o Monterrey⁴⁴.

Bernard Sumner, integrante de Joy División y New Order, explica en su autobiografía, que junto con su manager Rob Gretton tomaron decisiones con respecto a sus videos, a las portadas de sus discos (en los que por ejemplo, ellos no aparecían) y a la negativa de hacer playback en programas de tv que los llevó a sufrir en su momento por ir en contra las reglas comerciales de esa época, ya que las fórmulas recomendadas para la promoción suponían tomar ese tipo de decisiones, pero todo aquello que resulta incómodo para la promoción prescripta a largo plazo rindió sus frutos, ya que esa actitud no premeditada les confirió un halo de entereza e integridad no buscada que redundó en reconocimientos, ventas y permanencia en el mercado. Sumner afirma que "...no lo habíamos planificado así –nada lo planificábamos mucho- pero, involuntariamente, resultó ser una estrategia antiestratégica de considerable éxito". Es muy común leer en entrevistas y autobiografías de los músicos que llegan al reconocimiento y al éxito referirse a ese pasaje del anonimato al gran público como un momento de ingreso a una maquinaria, cuyos engranajes y exigencias recortan la libertad, aumentando la responsabilidad y la presión sobre ellos, ya que deben cumplir con

44 En un gran artículo del diario New York Time llamado Los arquitectos gays del rock clásico de Jim Farber se presenta la idea de la importancia que tuvieron los representantes de orientación homosexual de las estrellas de rock de los 60 y 70 en las estrategias no solo artísticas o de producción musical sino también en la construcción de una identidad definida, su vestimenta orientada a la seducción y en su actitud de rebeldía y de incorrección, condimentado con una innegable androginia que desafiaba los cánones tradicionales de la masculinidad, "...una de las creaciones más poderosas del siglo XX fue la estrella de rock: el dios acicalado y erótico de la resistencia con guitarra en mano. Pero quienes encarnaron a ese personaje no salieron de la nada. Los representantes los pulieron y les dieron forma y, en la era del rock clásico, esos representantes a menudo eran hombres homosexuales".

https://www.nytimes.com/es/2017/10/22/los-arquitectos-gays-del-rock-clasico/?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fnyt-es&action=click&contentCollection=cultura®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=42&pgtype=collection.

obligaciones y contratos que pueden modificar la vida de los otros integrantes de la organización, como sonidistas, plomos, productores o iluminadores; por ejemplo, volviendo a al cantante y guitarrista de New Order habla del “*monstruoso mecanismo del éxito*” que se verificó al acrecentarse su consideración en términos de público y en el incremento de sus ventas, esto los obligó a operar cambios fundamentales en la dinámica de la banda, como consecuencia del éxito conseguido “*...teníamos que subir al escenario a las nueve de la noche, en vez de las once, como solíamos hacer, y teníamos que tocar bisés y hacer sesiones de noventa minutos cuando, en años anteriores, podíamos haber hecho cuarenta, si había suerte. Nos pedían entrevistas constantemente, había reuniones sobre todo tipo de cosas, y rara vez teníamos tiempo para nosotros mismos*”.

Como ejemplo de las formas primitivas en las que se organizaba el negocio del rock se puede citar una experiencia muy conocida por los conocedores de la historia de una de las bandas más populares. En 1969, los Rolling Stones encargaron la seguridad de su concierto gratuito de Hyde Park a una banda de motociclistas llamados los Hell’s Angels del Reino Unido, el evento no presentó inconvenientes, meses después consideraron que los Hell’s Angels de San Francisco podrían cumplir con el mismo servicio para otro show gratuito en Altamont. El lugar seleccionado, el Altamont Raceway Park, no fue concebido para albergar un acontecimiento de esa cantidad de espectadores, 300,000 personas, toda la planeación y la logística resultó inconveniente como fruto de una precaria evaluación sustentada en la impericia y la falta de profesionalidad, el espacio en cuestión era un terreno baldío donde no había servicios, los accesos eran irregulares, el escenario fue levantado poco antes de que empezase el concierto y lo único que lo dividía del público era una cadena humana formada por los Hell’s Angels, quienes ante la presión del público por acceder a un mejor lugar para ver el show tomó la justicia por su propia mano, haciendo que todo se saliese de control, produciéndose como una de sus consecuencias el asesinato de un joven a manos de uno de estos peculiares guardias de seguridad; un dato curioso fue

que los servicios que prestaron los Hell's Angels fueron pagados con U\$500 de cerveza por los Stones⁴⁵. Esta anécdota permite calibrar cómo podía funcionar en términos de desorganización el negocio del rock aún de una de las bandas más importantes de esa época en la que el rock aún presentaba una racionalización no desarrollada; actualmente, es inimaginable pensar en una improvisada decisión organizativa de este tipo en una banda como los Rolling Stones, desde hace varias décadas, ellos se han vuelto muy eficientes en montar giras monstruosas que atraviesan continentes durante más de un año⁴⁶.

Como captura perfectamente el documental 101 sobre el concierto final de una gira de Depeche Mode, filmado en 1989 en California por D. A. Pennebaker⁴⁷ o Sing Blue Silver documental sobre la gira norteamericana de Duran Duran de 1984⁴⁸, en las giras internacionales las expectativas de las audiencias en cada ciudad y en cada país son satisfechas de forma homogénea y estable gracias a la burocratización del rock, que descansa en las diversas tareas de una estructura organizativa diferenciada de sonidistas, plomos, contadores y managers, que, con sus actividades, permiten que de un lugar a otro se desplace la presentación del grupo lugar por lugar, de forma estable y homogénea, ya que cada público debe acceder a la misma calidad del show; este personal actúa de forma diversificada e integral cubriendo los diferentes roles necesarios para el emprendimiento del tour previsto meses atrás; también, hay actividades previas que realizan otros profesionales, como los que diseñan la escenografía y el sonido. La organización de un concierto tiene una serie de ítems y pasos a cumplimentar, vinculados al presupuesto (se

⁴⁵ <http://lamonomagazine.com/lamonoinsights-la-verdad-tras-el-tragico-altamont-rock-festival/>.

⁴⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=0qTKsylvrpsG&index=13&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvbz5UC2&t=0s>

⁴⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=pQaoPIRjn6I&index=2&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvbz5UC2&t=0s>

⁴⁸ https://www.youtube.com/watch?v=KDzFaRIT_1Y&index=3&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvbz5UC2&t=0s

debe conocer de antemano con que presupuesto disponible), la distribución de las fechas, la evaluación de las características del lugar de realización, la publicidad a utilizar, el diseño y la distribución de las entradas, la búsqueda de patrocinadores, la producción (definición de las empresas encargadas de la iluminación y el sonido, el personal de las puertas que controlará a la gente en la entrada, la coordinación del transporte de los grupos), el pago de impuestos y de los permisos y habilitaciones locales (gestionar la solicitud de los permisos necesarios para llevar a cabo el concierto), la gestión y el ordenamiento de la rueda de prensa, la elaboración y la difusión de notas periodísticas, la administración y el conteo de entradas y su liquidación final. Las estrategias de marketing y de comercialización, la organización burocrática necesaria para la posibilidad de concretar giras y eventos confiables, los acuerdos radiales y televisivos, los contratos discográficos y el cronograma de los tours, la imagen producida por los publicitarios dejan escaso margen para el salvaje estilo de vida rockero preconizado, que explícitamente se supone es la esencia del vitalismo intuitivo y emocional del rock, en las fantasías del público todo este andamiaje queda velado, por lo cual la asociación entre la creatividad rockera y la libertad puede continuar existiendo imaginariamente.

El espectador de los shows pretende que las presentaciones en vivo de su solista o grupo favorito sea profesional, que toque a horario, que la calidad del sonido sea inmejorable, que el espacio y las butacas sean confortables, que los precios de las bebidas y alimentos dentro del recinto sean accesibles, que la entrada y la salida sea rápida y sin inconvenientes, para cumplir con todas estas exigencias los artistas deben contar una proto-burocracia que administre y regule de forma previsible el cumplimiento de todas estas demandas potenciales; para que los músicos y el público se encuentren de manera eficiente se requiere de la operatividad instrumentada con precisión de instancias que mediatizan organizacionalmente dichos momentos a fin de promover este vínculo, bajo la supervisión del manager se despliega la contratación de múltiples intermediarios como agentes de

prensa, medios de comunicación, discográficas, promotores, técnicos. Los grandes festivales al aire libre (Reading, Glastonbury, Benicassim, Coachella, etc.) necesitan imperiosamente de una planificación anual donde se terciarizan y se involucran múltiples instancias organizacionales, como empresas de instalación de la infraestructura, de seguridad, de ventas de productos, de sonido, de diseño de la página web, de la publicidad comercial del evento, de venta de entradas, de instalaciones sanitarias; los coordinadores de estos eventos representan el cuadro de administración que posibilitan estas actividades y de los responsables de cada uno de ellos, también se deben elaborar mapas guías para los que producen el show y para quienes asisten a ellos. El público de estos festivales debe, necesariamente, proveerse de un mapa del lugar y de los horarios en los que las diferentes bandas y solistas actúan en los diferentes escenarios; es común que dentro del predio haya stands especiales para orientar a los asistentes para que no se desorienten dentro del predio; estos mega festivales son el resultado de negociaciones que en muchos casos llevan meses y años de negociaciones, en ellas *“...se decide quien participará, donde actuarán los artistas, en qué medios aparecerán, con qué tamaño, cómo serán los carteles, cuándo tocarán unos y cuándo lo harán otros, cuánto tiempo permanecerán sobre el escenario, y en qué escenario actuarán (...) los promotores de estos acontecimientos de multitudes sellan acuerdos pormenorizados con la policía local y el cuerpo de bomberos, al tiempo que se realizan cuidadosos cálculos logísticos tanto por lo que respecta a las aguas residuales como al suministro de alimentos y los primeros auxilios. La única amenaza real que pueda atribuirse al azar (o al caos) es la que deriva de la climatología. El resto está bien atado. Así las cosas, el festival es simbólico porque, tal como se dijo antes, la principal preocupación de la industria consiste en la organización racional de una serie de fuerzas irracionales –el talento, el gusto, etc.-...”* (Frith en Frith, Straw y Street, 2006).

El gigantismo en el rock, esto es, las dimensiones descomunales de los shows en grandes estadios deportivos de los artistas con mayor popularidad habitualmente empujan a los

artistas hacia la necesidad de burocratizar sus presentaciones y sus giras exponencialmente. Las giras funcionan como circos enormes que van de ciudad en ciudad, transportando a los equipos y al personal necesario para que las presentaciones tengan su reproductibilidad homogénea en cada lugar donde los artistas se presenten. La estructura necesaria para desplazar los espectáculos requieren de una planificación y una organización sumamente precisa, basada en el desempeño eficiente y regular de múltiples profesionales, las giras se convierten en privilegiado trabajo de oficina, sus integrantes expresan en comportamientos y a través de declaraciones el tedio y la abulia de esta situación “...de una habitación de hotel a otra, de un concierto decepcionante al siguiente, de un pueblecito gris al otro, de una gira a la siguiente. A algunas bandas, o al menos a algunos de sus miembros, parecían encantarles las emociones fuertes que caracterizaban los conciertos de rock y las giras hasta que, evidentemente, todo esto se convertía en una rutina más elaborada a medida que avanzaban los años setenta, así que todo la <<furia viajera>> comenzó a cambiar de forma sutil. Las mismas giras comenzaron a transformarse en grandes operaciones monetarias, como si fueran maniobras militares organizadas por un equipo de expertos” (Herman, 2009). Los confites de chocolate M&M representaron un indicador de la necesidad de los grupos de rock de racionalizarse en sus giras, en los años 70, el grupo de rock estadounidense Van Halen incluía como requerimiento formal ineludible en los contratos que firmaba con las empresas responsables de los locales donde celebraba sus conciertos, una cláusula, que llamaban "artículo 126", que luego se ha llamado "cláusula Van Halen"⁴⁹, la misma obligaba a la empresa a disponer en el fondo del auditorio recipientes con M&Ms, que no contuvieran, sin embargo, ninguno de color marrón; si se incumplía la cláusula los Van Halen podía cancelar libremente el contrato, pero reclamar el pago íntegro de los honorarios convenidos; esta exigencia que a primera vista podría parecer caprichosa, extravagante e irracional, tenía una razón de ser. Como las grandes

⁴⁹<https://www.youtube.com/watch?v=IBHWED9i1lc&index=12&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzbz5UC2&t=0s>

bandas de la época Van Halen empleaba equipos de luz, sonido y de efectos especiales muy complejos y pesados, las condiciones técnicas para su funcionamiento respondían a entramados de normativas y disposiciones formales muy extensas; así, mientras el grupo se desplazaba con rapidez de unos lugares a otros, dando conciertos por todo el país, los equipos y el personal técnico lo hacía por separado de forma anticipada, el tiempo para chequear y controlar el cumplimiento de las condiciones en cada lugar de la gira es escaso. El contrato que elaboraban los managers de Van Halen era muy técnico, con múltiples especificaciones, puntualizaba exigencias, tales como las que determinaban como testear que todo el sonido estuviera bien instalado, el número de enchufes, la potencia de los mismos, el peso que podía aguantar el escenario, todo esto se incluyó junto con esta cláusula de los chocolates. Si encontraban en el backstage los confites M&Ms marrones los responsables administrativos de Van Halen podían cancelar el concierto cuando les diera la gana y aún así cobrar por el mismo, lo único que había que hacer era chequear si había M&Ms marrones en el backstage, si los encontraban implicaba que las demás condiciones técnicas no se habían leído con detalle y era seguro que habría problemas; detrás de esa cláusula que aparentemente podía parecer muy caprichosa, había un inteligente razonamiento de un buen gestor digno de ser estudiado en escuelas de negocios para gente con corbata, a pesar de ser inventada por melencólicos de ropa de dudoso gusto. Según las memorias de su cantante David Lee Roth, su cantante, cuando llegaba al auditorio del concierto lo primero que hacía era verificar si se había respetado la cláusula de los M&Ms, si no era así, ésta era una señal que vaticinaba posibles problemas, porque si los organizadores no habían leído la cláusula de los M&Ms, probablemente tampoco habrían leído muchas otras, este incumplimiento ocasionaba que los técnicos debían revisar todas las otras obligaciones del promotor local con mayor atención y precisión.

Un gran tema implicado lateralmente con el proceso de racionalización en el rock lo representan las drogas, en tantos insumos utilizados por los compositores y músicos para

crear, ejecutar su música o distenderse en tiempo libre; hay casos donde son administradas por managers para aumentar el rendimiento de los músicos o para que se recreen después del show. Harry Shapiro en su libro *Historia del rock y las drogas* cuenta como los gastos en drogas durante las giras o las grabaciones se hacen pasar bajo eufemismos tales como “teclados extras” o “vocalistas extras”, cita a un representante de gira que afirmó que “...solía comprar lo que se necesitaba, anotarlo en la contabilidad, decirlo al contable lo que era y pedirle que los disfrazara. Hasta el 10% de los gastos eran por drogas...”, el autor afirma que vio ejemplos donde ese eufemismo no existía, “...he visto un recibo bien impreso entregado a una compañía discográfica británica de uno de sus artistas en Los Ángeles donde constaba: 936 dólares por comida, regalos, entretenimiento, licor; 1275 dólares por cocaína”. Los grupos y solistas muy organizados llegan a llevar a un médico a sus giras para que no sólo controle la salud de sus miembros sino para proveerles drogas legales, a fin de ecualizar los estados emocionales y psíquicos, ya sea para sedar, estimular o anestesiarse a los músicos. Shapiro describe muy bien las complejidades del oficio del músico de rock diferentes a la de la mayoría de los trabajadores (hasta ahora) que deben cumplir con un horario regular de entrada y salida a su ámbito de trabajo, así como si uno de estos músicos hablara sobre su vida se puede advertir la cara oculta de una vida soñada por muchos, se narra lo vivido, “...en este mundo, uno trabaja mientras todos los demás se lo están pasando bien y se duerme cuando el público está trabajando. Muchas veces hay que obligarse a dormir aunque uno no esté cansado, por el itinerario del viaje, por los tiempos de los espectáculos, por las citas con la prensa, las entrevistas, la prueba de sonido, la huelga de los aeropuertos o lo que sea. Lo mismo sucedió cuando hay que despertarse. Si tienes suerte, puedes comer. Y por muy mal que te sientas cuando se encienden las luces, tienes que ser un superhéroe demoníaco durante dos horas o todo un caballero mientras dure esa entrevista tan importante para promocionar el nuevo álbum. Los músicos no pueden dejar de ir al trabajo porque están enfermos, no pueden tomarse días libres (a menos que esté programado) o aparecer una semana después con un

certificado médico. Las drogas hacen que el espectáculo pueda continuar. Las explosiones de hiperactividad pueden alternarse con periodos de aburrimiento oceánico: horas perdidas en interminables salas de aeropuertos, habitaciones de hotel, vestuarios, estudios de grabación, trenes, aviones, buses y coches, cada uno igual al anterior”.

Volviendo al tema de la logística y el desplazamiento entre y durante el show la película de 1984 *This is Spinal Tap*⁵⁰ es muy reveladora, en ella, satíricamente, se exponen bajo la forma de un falso documental con humor los clichés del rock, ante mencionados, ofreciendo de forma exagerada una visión sobre los protocolos implícitos para las bandas de rock, durante la planificación de las giras, durante los conciertos o en los procesos creativos, dentro del ambiente del rock es muy famosa la escena que retrata el trayecto de una banda de los camarines hasta el escenario, “...en uno de los muchos momentos de descojone de *This Is Spinal Tap*, la banda avanza por un túnel rumbo al escenario, dispuesta a incendiar con su rock un pabellón de Cleveland. Los fans aguardan ansiosos, banderas en alto, mientras ellos sueltan gritos de guerra antes de saltar a la arena. Sólo que...no saben cómo llegar. Deambulando por los pasillos, se paran a preguntar a un operario, sólo para perderse de nuevo en el laberinto de túneles. Es una historia totalmente absurda que, al mismo tiempo, podría haberle pasado a cualquiera. Y en realidad, le ha ocurrido a muchos artistas: Jimmy Page, Ozzy Osbourne, Yes, Bob Dylan... Pero la escena está basada en una anécdota que le ocurrió a Tom Petty. Durante un concierto en Alemania, se perdió y en lugar de saltar al escenario, apareció en una pista de tenis”⁵¹. La burocratización no sólo se produce fuera del escenario, en la planificación de la gira o en el transporte y el control en el funcionamiento de los equipos de sonido, sino también, sobre escenario, durante el show, aquel espacio que pareciera responder sólo a la expresión espontánea y artística, los gestos y los mensajes que son supuestamente sinceros,

⁵⁰ https://www.youtube.com/watch?v=P6Fc_5slG_Q

⁵¹ <http://www.bandalismo.net/2014/this-is-spinal-tap-30/>

como emocionarse con el público, sacar a una joven de la multitud y llevarla al escenario para bailar o cantarle al oído, tomar la bandera del país (hubieron casos en el que el artista equivocó la bandera del país) e intentar hablar en la lengua nativa (casi siempre de forma lamentable) en los conciertos son similares y reproducidos fecha tras fecha, evidenciando una preestablecimiento de los gestos, de las palabras y de la corporalidad, todo ello escondido bajo un ropaje de espontaneidad, emocionalidad y sinceridad. Los clichés se materializan en gestos, poses y posturas corporales dentro y fuera del escenario, en comportamientos ante el asedio de la prensa, en declaraciones incendiarias o misteriosas, en la exhibición implícita del consumo de sustancias y en el manejo de la imagen, en el funcionamiento de todos aquellos parámetros informales de la organización del sentido en los actores involucrados con el rock; estas convenciones se diferencian por estilos dentro del rock, por ejemplo, en el heavy metal hay poses corporales convencionales para el que toca cada instrumento, por ejemplo, el guitarrista está casi obligado a gesticular su rostro mientras realiza su solo, esto es tan importante como la velocidad que le deben imprimir a sus dedos para conformar a un público que espera esa rapidez y gestualidad de quien toca instrumento⁵². Un clásico de la actuación rockera en el escenario se produce cuando el bajista y el guitarrista en algún momento del transcurso de un tema tocan como espejo con movimientos sincronizados uno frente al otro o uno detrás del otro, los otros miembros del grupo tienen otros recursos expresivos propios de su función dentro de su participación musical, también, hay clichés expresivos para bateristas, tecladistas y coristas.

El rock como manifestación cultural no fue, ni es ajena a la industrialización de la cultura, más allá de los ideales y valores mencionados en su materialización, ya que se organiza y depende de los cánones impuestos por la lógica de la industria y la mercantilización; además, el rock es una forma de expresión artística en la que la improvisación no es uno de

⁵²<https://www.youtube.com/watch?v=2VrLAjro9pU&index=20&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzbz5UC2&t=0s>

sus imperativos de funcionamiento en vivo; comúnmente en las giras de presentación los grupos o solistas reproducen concierto tras concierto lo ensayado previamente, el lugar de la espontaneidad es muy reducido hasta en la cantidad de temas y en la duración de cada show, la cual está estipulada con anterioridad. La industria discográfica ha desarrollado sus reglas de producción con respecto al rock a partir de sus interpretaciones del mercado bajo una lógica propia y con un horizonte temporal propio del mercado financiero; la presión racionalizadora de las organizaciones involucradas en el rock, como en otras esferas culturales, impacta en la actividad creativa, los productores son movilizados a generar bienes de elevada calidad en términos de accesibilidad y packaging, previsible en lo sonoro a los gustos circulantes en el mercado o hacia alguno de sus nichos específicos, este esfuerzo organizacional fortifica la necesidad de contar con un aparato burocrático, que cubre todas las funciones desde la creación de la música y el diseño de la imagen de los músicos hasta las ordenaciones y exigencias de las giras. El músico y escritor Ian Svenonius (2015:147) afirma que las bandas y solistas son casi exigidas en cada presentación durante las giras a repetirse una y otra vez, *“...cada día de gira es una reproducción del día anterior, cada actuación es esencialmente más de lo mismo y el público espera que las canciones constituyan una repetición infinita de estrofa y estribillo. El solo, o la parte libre de una canción, que en teoría debe desafiar la estructura melódica, termina reduciéndose a una ligera variación de los acordes y notas de la canción”*. Reynolds (2012) afirma que son muy pocos los artistas que reformulan su obra durante sus presentaciones en vivo, en su mayoría los músicos son incapaces de improvisar o no les interesa hacerlo, prefiriendo la seguridad de dar un concierto confiable en términos de estándares de calidad y previsibilidad; hasta tal punto los comportamientos del rock están racionalizados que hasta los comportamientos que parecen naturales y espontáneos también forman parte de una especie de guión que se repite recital tras recital, acercarse al público, meterse entre la gente de las primeras filas, sacar una chica del escenario, hacer referencia a la calidad de los asistentes y a las emociones que éstos les provocan, tomar una bandera del

país, gesticular lacrimosamente durante algún pasaje de un tema determinado, hacer coros con el público y felicitarlo forman parte de una rutina informal de la dinámica de los shows, con una anécdota Reynolds expone estas ideas, “...la chispa de la espontaneidad queda relegada a las bromas entre una canción y otra. Pero como advierte un veterano coleccionista de grabaciones piratas, Roger Sabin, la redundancia puede presentarse incluso ahí: “Al frente de Black Sabbath, Ozzy Osbourne le dirá al público: ¿Están colocados? El público gritará: Si y él responderá: ¡YO-TAM-BIEN!. La primera vez que uno lo oye piensa que realmente es gracioso, pero deja de ser gracioso cuando uno escucha diez grabaciones piratas y en todas dice lo mismo”.

Referirse al rock como parte de una cultura industrializada implica vincular las prácticas expresivas de sus actores como parte del proceso de racionalización, burocratización y mercantilización; el rock se estructura en instancias diferenciadas, creación, producción, comunicación, distribución y consumo de los bienes materiales y simbólicos que generan, a partir del funcionamiento de una serie de criterios y de dispositivos, sometidos a la decisión y el interés de organizaciones económicas, que operan como filtros y clausuras que seleccionan y pautan sus manifestaciones; en tanto estas manifestaciones culturales fueron visualizadas como un negocio redituable las tendencias de la racionalización se hicieron presentes en las diferentes manifestaciones del producto artístico de la mano de las grandes corporaciones musicales tanto en la búsqueda de talentos, la construcción de artistas o grupos potencialmente vendibles, en la exposición y comercialización de las obras, como en la diversificación de las actividades y su gestión, giras y festivales no pueden llevarse a cabo sin una mínima burocratización, por ejemplo, el fortalecimiento de estas tendencias no solo se manifiestan en la presencia creciente de equipos de asistentes, técnicos, contables y personal de seguridad como parte de un andamiaje técnico administrativo vital para hacer una presentación en vivo o para entrar al estudio a grabar un disco sino también de cómo parte de las exigencias de las audiencias cada vez más exigentes en el cumplimiento de sus

expectativas. El criterio de rentabilidad de la producción musical y estética de solistas y grupos es vital para el funcionamiento del negocio musical, las empresas discográficas, las instancias de producción y de venta que funcionan como soporte de los shows y en la venta de merchandising intentan acercar y hacer eficiente la producción con las demandas de sus públicos; la configuración de estas organizaciones económicas funcionó en sus inicios de una manera un tanto anárquica, ellas tuvieron que aprender del ensayo y error, de las audiencias y de sus demandas, en la actualidad dependen en su actividad de herramientas del marketing y el mercadeo que hacen de la calculabilidad su norte. Quizás el momento creativo es aquel que pareciera menos dependiente de estas fuerzas de la racionalización, aunque, son numerosas las experiencias relatadas en la revistas y libros dedicados al rock donde los artistas narran cómo las empresas discográficas apuntalan el trabajo creativo con productores u otros autores para sostener la producción esperada para ser lanzada al mercado discográfico; la creatividad o la inspiración de los artistas deben materializarse dentro de esquemas prefabricados destinados a hacer eficiente en términos de ganancias los productos a ser consumidos. Las empresas de la industria discográfica tienen un área destinada específicamente a la producción que interviene, presiona, evalúa y decide el proceso de creativo del artista, compuesto por un equipo de compositores, arregladores, músicos, letristas, productores e ingenieros de sonido que asesoran e intervienen en la producción de las obras en cuestión; a pesar de que los intereses del orden económico racionalizan este proceso de creación, producción, comunicación, distribución y promoción, en el proceso de creación la espontaneidad y la intuición tiene mayor margen de expresión.

Simon Frith (1980) sostiene que no solo la creatividad artística se transforma en un producto comercializable, sino también el mismo artista y su propuesta estética personal, se desdibuja la frontera entre la obra y la persona, quien debe involucrarse estéticamente con su propuesta para validar el sentido propuesto dentro de la misma; en la instancia creativa

el riesgo de innovar o dejarse llevar por la intuición o la espontaneidad puede ser evaluado por los sellos discográficos y managers como un camino de elevada incertidumbre, asociado hacia el fracaso comercial, esto lleva a que los creativos sean presionados para que ajusten su propuesta en referencia a los cánones expresivos del momento (por ejemplo, en un contexto donde el hip hop se vuelve central un artista puede ser invitado, por la discográfica o sus productores, a mostrar una propuesta actualizada donde una opción pueda ser invitar a otro artista a rapear en la mitad de la canción), sobran ejemplos que evidencian cómo determinadas expresiones que fracasaron comercialmente en su contexto de emergencia incomodaron o pusieron a los consumidores de rock en un estado de perturbación y ruptura con lo que era previsible o convencional fracasando comercialmente pero que, en una instancia posterior, estas mismas obras y la propuesta estética implicada se decantaron en un reconocimiento placentero y de mayor masividad, pero, ya inofensivo en su fórmula exhibida. Mucho más lamentable, en términos de la consolidación de una especie de tendencia de burocratización en el rock, lo representan aquellas bandas o solistas nuevos que copian una fórmula ya previsible al pie de la letra (como por ejemplo, es el caso de los Ratonés Paranoicos con respecto a los métodos, técnicas y formatos impuestos por los Rolling Stones, o todas esas bandas que no merecen ser recordadas que siguieron los lineamientos de Los Redonditos de Ricota) y con menor calidad que la propuesta original la degradan como una mercancía barata.

Los grupos o solistas pueden generar con sus obras interrupciones estéticas dentro de un determinado ordenamiento del contexto de rock, a través de la revisión, la reformulación o por la introducción de nuevos cánones imprevistos hasta ese momento en la producción de este orden cultural; es muy probable que en el caso de que esta acción “revolucionaria” tenga efectos comerciales positivos los artistas tiendan a anclarse en su fórmula, aún cuando lo hagan con elevada calidad y respuesta masiva del público. Lo expuesto sobre el proceso de racionalización en las carreras artísticas dentro del rock puede verse reflejado en

una inusual crítica (no precisamente en sintonía con esa revista) de Pablo Plotkin para la revista Rolling Stone Argentina del disco Romanticismo de Babasónicos, donde no sólo analiza la obra sino que la pone en perspectiva con respecto a la carrera de este grupo. El crítico afirma que “...*Babasónicos es prácticamente incapaz de hacer un disco malo, y esa garantía de eficiencia elimina cualquier posibilidad de sorpresa. Esto podría interpretarse como un caso clínico de gataflorismo crítico, pero lo que tiene para ofrecer el grupo hoy es un perfeccionamiento formal de sus propios standards, y cada nuevo tema se proyecta como un heredero refinado de composiciones anteriores. Después de esa cúspide que fue Infame (2003), los Babasónicos no parecen dispuestos a poner en riesgo la integridad de su fórmula, aun cuando, en el discurso, presenten cada lanzamiento como un salto al vacío. Ciertamente, es injusto pedirle a Babasónicos otro álbum que haga temblar la tierra. No sólo porque ése es un trabajo que les tocaría a las nuevas generaciones, sino porque ya no se consumen los discos de esa manera. Y en un rock argentino mainstream más bien modesto, es un lujo contar con una banda que, cada dos años, despacha un pack de canciones bellamente escritas, bien tocadas y producidas. Sólo que, tratándose de artistas que esencialmente apostaban a estirar los límites del asombro, uno preferiría un disco equivocado antes que uno previsible (...) a Babasónicos nadie le regaló nada; ellos solitos hicieron de su visión particular del pop un evangelio freak duradero y después un producto sensual para las masas. Inventar eso te sale gratis, ponerlo en peligro tendría su costo*”⁵³.

Diego Capussotto, uno de los más importantes sociólogos (sin título académico), advierte la presencia en el rock de fuertes tendencias de conservadurismo, visibles en situaciones creativas, en cómo determinadas producciones musicales se confeccionan en orientación hacia la generación de una recepción específica en la que se debe contemplar el cumplimiento de ciertas convenciones o parámetros previsibles; por ejemplo, al elaborar un

⁵³ <http://www.rollingstone.com.ar/1624964-babasonicos---romantisismo>.

disco un grupo de rock barrial debe utilizar ciertas palabras, giros idiomáticos o jergas populares en sus letras, tampoco debe hacer uso de una elaborada sofisticación musical ni temática, si pretenden una respuesta inmediata y previsible de su público, como resultado de este proceso de ajuste anticipado es que se permite afirmar que “...el rock ya no es un grito de rebeldes. Está acomodado en un vagón donde todo está mezclado, la expresión más interesante y las fórmulas. Y hay mucho hijo bobo también, de los Stones, de los Redondos, de Calamaro...el rock es un vagón donde se está viendo a ver donde me instalo (...) hay bandas que toman recursos de otras que ya no están y cubren un hueco, y ahí se instala un determinado público que empieza a pertenecer a eso, que te recuerda a otra cosa que ya no está”⁵⁴.

Es común que Daniel Melero exponga, en varios reportajes a través de las últimas décadas, interesantes reflexiones sobre la cultura rock que abordan indirectamente la existencia en ella de mecanismos de racionalización que se materializan en los comportamientos de los músicos y en las expectativas de la industria musical, de los artistas y de las audiencias. La necesidad de control está presente también dentro de las manifestaciones culturales asociadas al rock, la reducción de lo imprevisible impera tanto en la organización de los conciertos como en la ejecución instrumental. En el libro que traía el disco Recolección vacía Melero presenta a través del ejemplo de Don Buchla⁵⁵ y Robert Moog⁵⁶ la lógica

⁵⁴ Hecho en Bs. As. N° 93. 2008.

⁵⁵ “Don Buchla creció con una pasión por la música y la pasión por la ingeniería. Cuando combinó los dos amores, creó instrumentos musicales electrónicos, que el mundo nunca había soñado antes. Su sintetizador temprana data de antes de la obra de que Robert Moog estaba haciendo en la costa este, mientras Don trabajaba en Berkeley, California. Compositor Morton Subotnick encargó Don para construir un instrumento musical electrónico para actuaciones en directo y grabación. Como resultado Don introdujo la serie Buchla 100 en 1963 y comenzó a vender los tres años más tarde. Durante los años ha presentado al primer sintetizador analógico controlado digitalmente, la serie Buchla 500 en 1971 y el caballete portátil de música un año más tarde.”

presente en otros ámbitos de la vida social tendiente a la sistematización y a la estandarización, en este caso con respecto a la producción de instrumentos musicales⁵⁷. Entre estos dos fabricantes se posicionaron dos propuestas radicalmente opuestas de funcionamiento musical, “...hace casi cuarenta años R. Moog insistió en la necesidad de aplicarle un teclado al sintetizador oponiéndose a Don Buchla, mi ídolo, que había inventado un instrumento con sensores, unas placas que con solo tocarlas emitían sonidos. Por supuesto, Moog respondió al mercado que siempre tiende a la estabilidad y a la necesidad de los viejos tecladistas que exigían afinaciones estables (que la escala se mantuviera todo el tiempo perfectamente temperada ya que la belleza musical dependía de la relación entre alturas tonales impecables). Buchla prefería sus sensores análogos cuyos sonidos jamás llegaban a ser los mismos, ni a estar afinados según los parámetros académicos. ¡Imagínense los problemas que le hubiera agregado este hombre a un Rick Wakeman que pegaba sus perillas con poxipol para que sus ejecuciones en vivo reprodujeran con una exactitud total (nunca la conseguía, claro) lo que había tocado en los discos! Estos músicos no soportan lo impredecible y lo combaten influyendo en el mercado, además de difundir las ideas de control, reproductibilidad y exactitud como valores a los que la tecnología debe responder” (Melero, 1993).

<https://es.namm.org/el-es-s0q0-Biblioteca/historia-oral/Don-buchla>.

⁵⁶ “Robert Moog, ingeniero y pionero de la música electrónica, pasó a la historia en 1964 por convertirse en el padre del sintetizador. Denominado “Moog” en honor a su creador, el primer aparato de música electrónica, desarrollado en colaboración con el músico Herb Deutsch, integraba distintos módulos (un oscilador, un amplificador de voltaje controlado y un filtro) que permitían imitar sonidos de cualquier instrumento musical, generar sonidos nuevos, modificarlos y combinarlos. Y todo desde un único teclado”.

<http://www.muyhistoria.es/curiosidades/preguntas-respuestas/iquien-invento-el-sintetizador-de-musica-elec> <https://www.youtube.com/watch?v=1NdGEOpier4> tronica.

⁵⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=1NdGEOpier4>

También son significativos los posicionamientos con respecto a la producción del rock de aquellos que viven del trabajo artístico de los creadores pero que les resultan indispensables para difundir su obra, sus ideas o las fechas de sus conciertos. Las revistas de rock han operado fuertemente para construir una mitología en torno a los ideales y valores del estilo de vida del rock, en la década del 60 muchas de ellas proponían una visión muy vinculada a la intelectualización del mundo contraria y crítica al funcionamiento del sistema y sus representantes, hoy las sobrevivientes solo son el soporte gráfico de la industria discográfica, con respecto a ellas, Simón Frith (1980) afirma que la revista “...*Rolling Stone*, por ejemplo, se convirtió, de ser una revista en la que los valores de diversión del rock eran considerados fuente de comentarios críticos acerca de la organización de política y producción, en una revista en la que el rock se presentaba sólo como una forma de consumo –el *Stone*, como el resto de la prensa de rock, es ahora una guía del consumidor”⁵⁸; aun peor es el caso la revista *Rolling Stone* Argentina, que es parte de la editorial del diario *La Nación*, órgano periodístico involucrado en estafas impositivas al Estado, colaboración con la última dictadura militar y centro propagandístico del partido gobernante de derecha PRO, en las notas que hacen referencia a temáticas locales siempre filtran la tendencia propia de la editorial, como por ejemplo al realizar reportajes a sus funcionarios sin advertir que este funciona como un espacio de publicidad política⁵⁸, también sus notas de crítica musical parecieran ser espacios de publicidad encubierta de artistas, grupos y solistas bien posicionados en grandes discográficas. En definitiva, la racionalización es sustancial a cualquier emprendimiento creativo que implique la intención de sostenerse en el tiempo, los casos de bandas o solistas de rock que se manejen de forma no racional en la producción de sus obras o sus giras son muy escasos y efímeros, ya que esto resta seguridad tanto en las presentaciones como en las grabaciones, volviendo inconsistente la posibilidad de desarrollo de músicos y creadores, afectando las

⁵⁸<http://www.rollingstone.com.ar/1956778-horacio-rodriiguez-larreta-el-plan-del-alcalde-hiperkinetico>.

posibilidades de contacto con una audiencia estable. Roberto Pettinato integrante del la banda Sumo, escribió un libro sobre la misma, al relatar el funcionamiento de sus primeros tiempos establece que la dinámica de esa época del grupo era poco organizada o racionalizada, así explica que “...como banda siempre íbamos de la mano del caos y la incertidumbre sin saber a dónde estaríamos el sábado próximo o si se nos confirmaría – siempre a último momento- una pequeña gira por el interior o la costa (...) hoy podíamos estar acá y mañana también; o bien podíamos hoy tocar en un pequeño bar de la provincia de Buenos Aires y al día siguiente salir en el micro hacia Entre Ríos o ...tal vez... No! Tal vez se suspendió mientras tocábamos el último tema en aquel bar” (Pettinato, 2012). Obviamente, la banda perduró en la historia del rock local, en parte, por haber generado ciertas dosis de profesionalización en sus actividades combinada con una espontaneidad artística única.

La administración de los patrimonios del rock

Una manifestación cabal de la gerontocratización del rock tiene que ver con la presencia de museos y espacios de resguardo de una supuesta historia del rock, esta tendencia racionalizadora supone la asimilación de hechos y objetos en calidad de colecciones y archivos de una expresión cultural que se solidifica de forma conservadora ejerciendo una referencia para el sostenimiento formal de reglas y estratificaciones que consolidan un conjunto de experiencias y prácticas vivas y rebeldes en un osario para ser venerado; con mucha pertinencia Chastagner (2012) se pregunta si no es irreconciliable la idea del rock con la de una competencia que selecciona y margina a grupos y solistas a fin de operar una acumulación patrimonial en un museo, en la medida en que encarnan ideales opuestos, la vitalidad marginal, efímera e irreverente coagulada en instancias de preservación y conservadurismo que remiten al silencio y al reverencia; sin embargo, existen como realidades estas instituciones o espacios dedicados a la patrimonialización del rock. La

música cosificada, filtrada y seleccionada por supuestos expertos que escogen lo que ellos consideran como relevante de los que no lo es para ser preservado y exhibido en ceremonias exclusivas a las que asisten músicos, productores y popes de la industria discográfica. La racionalización implicada en esta administración y regulación habilita poder plantearse la fuerte contradicción que se presenta entre los valores del rock, como el espontaneismo, la rebelión y la irracionalidad declamada implícita o explícitamente y el proceso de museificación, que encuentra su símbolo más emblemático Salón de la Fama del Rock and Roll (Rock and Roll Hall of Fame); este museo se halla situado en Cleveland (Ohio, Estados Unidos) fue creado en 1986, y está dedicado al recuerdo y a la preservación para la posteridad de la obra de los grupos y solistas más influyentes en la industria musical de rock, su acción de resguardo implica la instrumentalización de un panel de expertos que porta y determina una cierta definición del rock y de determinados criterios de clasificación desde los cuales se establece y selecciona lo relevante de lo que no lo es⁵⁹. Cada año se incorporan bandas y solistas como miembros estables del museo a través de una serie de votaciones (la lista de nominados inicial es realizada por un comité de la fundación, la elección final es a través de los votos de los aficionados) y se los consagra en un evento donde los elegidos son presentados, suben al escenario, dan un discurso y tocan un par de temas ante una audiencia de pares y de la industria musical del rock; como afirma Simon Reynolds (2012) el ingreso a este museo de los grupos y solistas “...es un último rito de pasaje en la vida de ultratumba del rock. En algunos casos, el artista está literalmente muerto; en casi todas las instancias, la vida creativa del artista expiró mucho tiempo atrás”.

El museo en cuestión contiene bibliotecas y archivos que tienen como objetivo documentar la memoria de los artistas más famosos seleccionados por esta institución como

⁵⁹<https://www.youtube.com/watch?v=KiNun-NhtNk&index=4&list=PLC-94fv9NoCM5nfdev2Jv6Pu0Qvzbz5UC2&t=0s>

emblemáticos del rock; para funcionar este museo/archivo/biblioteca descansa en la operatividad de una rigurosa burocratización; la biblioteca está organizada por especialistas en documentación que utilizan técnicas de preservación documental, este espacio se compone de libros (historias, biografías, estudios académicos y antologías de ensayos), tesis académicas, revistas (populares, especializadas y comerciales) y fuentes de referencia (diccionarios, enciclopedias, bibliografías, discografías, y directorios); registros de audiovisuales y bases de datos y de investigación; están también las colecciones particulares que contienen elementos personales como cartas, letras de canciones escritas a mano, documentación de periodistas musicales y grabaciones de conciertos raros; específicamente, la biblioteca y sus archivos funcionan orientados hacia dos tipos de consumidores, por un lado, el público común, neófito, el cual, en general, puede visitar la biblioteca y leer los documentos (libros y revistas), escuchar grabaciones y ver vídeos y películas y por el otro lado, hay un acceso diferenciado a los profesionales, como historiadores y periodistas, quienes pueden, con previa cita, consultar documentaciones y materiales originales, bajo la supervisión del personal encargado de controlar y preservar estos archivos. La inclusión de artistas y músicos se efectiviza a través de un proceso de selección operado a través de la Fundación Rock and Roll Hall of Fame. Como decisión inicial los primeros en incluirse fueron los pioneros del rock and roll. La cantidad nuevos miembros a incluir anualmente de media docena a una docena, la selección preliminar es responsabilidad de un comité de nominaciones compuesto por especialistas que selecciona a los candidatos, estos luego son votados por expertos de todo el mundo (entre los que se incluyen académicos, periodistas, productores en la industria de la música); los artistas se convierten en elegibles para la inclusión tras pasar 25 años desde el lanzamiento de su primer disco, los criterios incluyen la influencia y la importancia de las contribuciones de los artistas al desarrollo y perpetuación del rock and roll; además de la lista oficial de artistas incluidos en el Salón de la Fama, existen una serie de categorías especiales que premian la labor de profesionales menos conocidos por el gran público. La categoría "Early

Influences" (Influencias Tempranas) incluye artistas de épocas anteriores, sobre todo de country, folk y blues, cuya música inspiró e influyó posteriormente en artistas de rock and roll, hay una diversidad de premios específicos a diferentes categorías de expresión artística; el premio Ahmet Ertegun se entrega a profesionales que trabajan principalmente detrás de las escenas en la industria musical, incluyendo los ejecutivos de la discográfica, compositores, productores discográficos, disc jockeys, promotores de conciertos y periodistas musicales, esta categoría ha tenido al menos un nuevo miembro cada año excepto en 2007 y 2009; el premio a la Excelencia musical, que se entrega desde 2000, rinde homenaje a los músicos de sesión: la introducción del grupo o solista a ser incluido se encuentra a cargo de un artista que haya sido influenciado por la música del miembro ingresante; el presentador/artista explica con anécdotas (con tintes emotivos o graciosos) esa influencia en su obra, para que, posteriormente, el nuevo miembro exprese su agradecimiento en la ceremonia, que también incluyen numerosas actuaciones musicales, tanto de los nuevos miembros como de los presentadores.

En la parafernalia contemporánea de muestras, museos y exhibiciones asociadas al rock emerge implícitamente una figura casi imperceptible a los ojos ávidos de consumir patrimonio rockero, el "curador", esta actividad de gestión seleccionadora en el rock es reciente, remite a la museología, y denota la tendencia a la profesionalización y al empleo de lenguajes provenientes de manifestaciones artísticas más legitimadas; Simon Reynolds, en su libro *Retromanía*, analiza el fenómeno de recategorización de una serie de actividades que "*...otrora se describían humildemente como seleccionar y compilar o contratar bandas para festivales...*" y ahora adquieren la patina del experto propio de las artes museísticas; Reynolds afirma que esta expresión en el rock la escuchó por primera vez en los comienzos de este siglo en las producciones de la música no comercial⁶⁰, lo que lleva a

⁶⁰ Reynolds afirma que el término originario tiene un sentido eclesiástico y remite a la figura de un guardián, indica no saber cómo se inició esta tendencia en el rock, pero estima que haya sido una

pensar que durante décadas muchas personas eran curadoras del rock sin saberlo. La justificación de este nuevo rol profesional remite a la abundancia de material gráfico, audiovisual y musical fruto del desarrollo tecnológico, en este contexto de hiper abundancia, el “curador” representa una suerte de “...*capitán experimentado que marca un rumbo u ofrece pistas para procesar mejor la cantidad de información musical que existe a nuestro alrededor*”⁶¹; esta tarea se visibiliza en la organización de exposiciones, en la constitución de archivos, en la elaboración de compilados y reediciones, en la ordenación de festivales y en la selección de nuevos talentos. En nuestro país muchos músicos con tiempo libre y con ganas de hacerse un dinero extra, como Lisandro Aristimuño, Germán Daffunchio, María Ezquiaga, Adrián Dárgelos y Richard Coleman, se convierten en los A&R (descubridores y desarrolladores de talentos de las discográficas) de diferentes sellos discográficos. Para facilitar la tarea de la industria discográfica los “curadores” bucean en el circuito “emergente” o “alternativo” del rock argentino para encontrar a nuevos artistas del under actual que no suelen tener prensa y difusión. El sello Pop Art, responsable de populares grupos y solistas del rock argentino, tiene un sub sello llamado Geiser que se especializa en este mercado “emergente”; en los últimos años Geiser, a fin de armar un compilado que presente este panorama musical, convocó para esta actividad a tres referentes, como Richard Coleman, Walas de Massacre y Leo García, quienes tuvieron las tareas de investigar, escuchar y elegir a los grupos que fueron parte de esta compilación⁶².

En sus inicios las bandas o solistas utilizaban sus presentaciones en vivo para exponer su último trabajo a fin de promocionarlo y poder venderlo, pero, como bien afirma Will Straw

derivación del mundo del arte más profesionalizado dentro de un proceso de acumulación de las obras y el envejecimiento de los artistas, específicamente, “...*gracias al creciente número de intersecciones entre la música experimental, el museo y el circuito de galerías...*”.

⁶¹ <http://www.lanacion.com.ar/1757022-los-curadores-de-la-cancion-argentina>.

⁶² <http://www.manzanalatente.com.ar/2013/06/19/walas-coleman-y-garcia-curadores-del-rock-emergente/>.

(Frith, Straw y Street, 2006), este sistema se ha transformado, ya que muchos artistas se han dado cuenta que la mayoría del público tiene poca predisposición a escuchar material nuevo y que la presentación de los temas más conocidos o éxitos generan mayor recaudación, estableciéndose producciones musicales que se orientan hacia formas culturales previsibles y conservadoras, “...esta transformación de las giras de conciertos en acontecimientos con gran recaudación de taquilla es sólo un elemento entre los muchos que se suman al proceso de integración de la música popular en las más grandes industrias del ocio y el turismo”. Hay casos extremos de este patetismo cultural de grupos y solistas que realizan giras extensas presentando un disco que décadas atrás tuvo gran éxito y lo hacen como si fuera material nuevo. Simon Reynolds (2012) analiza cómo se despliegan estrategias dentro del rock de usufructuar los logros del pasado, propios y ajenos. La dinámica del rock, siempre permeable a la influencia de los héroes del pasado fue lentamente invadida por la nostalgia, según Reynolds, a partir del 2000 se incrementó la tendencia a reproducir expresiones de las décadas anteriores sin ningún tipo de retratamiento u originalidad, “...en vez de ser un umbral hacia el futuro, los primeros diez años del siglo XXI resultaron ser una década “re”. Los 2000 estuvieron dominados por el prefijo “re”: revivals, reediciones, remakes, reescenificaciones. Retrospección interminable: cada año traía una nueva racha de aniversarios, con su superabundancia de biografías, memorias rockumentales, biopics y números conmemorativos de revistas. Además estaban las reformaciones (nuevas formaciones) de las bandas, ya se trataba de grupos que se reunían para realizar giras nostálgicas cuyo objetivo era reabastecer (o abultar todavía más) las cuentas bancarias de sus integrantes (The Police, Led Zeppelin, Pixies... la lista es interminable) o de una precuela para retornar al estudio de grabación y relanzar sus carreras (Stooges, Throbbing Gristle, Devo, Fleetwood Mac, My Bloody Valentine et al)”. Pasado, presente y futuro se desdibujan en el mundo del rock actual, dentro de una estrategia de comercialización que propone una simultaneidad temporal que anula la historia recreándola como presente, imposibilitando la distinción y contextualización

histórica de cada época en su identidad y en sus propuestas estéticas y sensibles propias y distintivas. El panorama musical florece con bandas que vuelven a reunirse después de décadas de separación para emprender giras o para sacar un álbum de reversiones de temas viejos, álbumes tributo y cajas de cds y vinilos recopilatorios, conciertos en vivo de conmemoración de álbumes muy populares, como la gira de The Wall de Roger Waters o de U2 festejando con un extenso tour mundial los 30 años de la publicación del disco The Joshua Tree⁶³. La estrategia de utilización directa de los recursos expresivos y de la estética del pasado sin reprocesamiento alguno supone una opción accesible y fructífera de las discográficas, los productores y los músicos con respecto al cumplimiento de las expectativas provenientes de la instancia del consumo; la presencia del pasado en el presente descansa fuertemente en el desarrollo tecnológico que permite la accesibilidad a los productos como nunca antes, como por ejemplo, en la facilidad para poder disponer de conciertos y videos antiguos en You Tube o través de archivos de las obras musicales comprimidas digitalmente; este proceso económicamente conveniente para la industria musical y para los músicos y creadores se asienta en una tendencia que culturalmente racionaliza ciertas expresiones creativas del pasado para conformar actividades protocolares de exhibición museística en vivo; lo que en un momento supuso incómodamente un sacudón y una interpelación a las fórmulas musicales o líricas existentes en una instancia posterior esa iniciativa o modalidad expresiva se incorpora como estrategia previsible y estandarizada de recaudación de recursos monetarios.

La asimilación sistémica del rock: el Rockcapitalismo

Con el paso del tiempo los elementos discursivos y estéticos que proveyó el rock a la cultura en general se fueron fosilizando, asimilándose como convenciones inocuas para las estructuras de poder, es más, se incorporaron a la lógica del marketing publicitario de la

⁶³ <https://www.youtube.com/watch?v=Tpf7iUAzNAY>

rebeldía y del inconformismo destinado al segmento del mercado compuesto por la juventud y por todos aquellos adultos que fantasean con participar de un estilo de vida rockero y juvenil. El rock articuló sus ideales y actitudes con un capitalismo flexible necesitado de alentar el consumo basado en la estrategia de ampliar las franjas etarias de acceso e interpelación de los productos del rock; las nuevas formas comerciales y productivas requirieron de una población que rehaga sus rutinas y revise sus tradiciones, a fin de que tenga metas individualistas, que descrea del ahorro y de la planificación de la vida y encuentre en el acto de consumir una forma de liberación, y ahí, justamente, aparece la oferta corporativa de la cultura del rock domesticada, asimilada a una versión despolitizada y egocéntrica, en una versión de la cultura rock que remite exclusivamente al acto de consumir y entretenerse. La interacción de las prácticas y las expresiones provenientes de la cultura rock con las exigencias corporativas del contexto ha sido dinámica y fructífera para generar nuevas interpelaciones de la publicidad hacia consumidores identificados con el rock y para el aflojamiento de las exigencias organizacionales en las que los miembros de esta sociedad se han visto sometidos. El contexto del surgimiento del rock se caracterizó por la presencia de tendencias de un proceso de informalización (Cas Wouters), el cual supone la administración reflexiva e individualizada de los comportamientos, las actitudes y las emociones, un aflojamiento de las coerciones y el ejercicio del autocontrol atendiendo a escenarios y audiencias diversas, no implica una represión forzosa e impulsiva, sino un régimen subjetivo en la selección de la acción y la afectividad, consolidando el desarrollo de una sociedad permisiva basada en una civilización informalizada; a su vez, la consolidación de regímenes emocionales y de comportamiento basados en la reflexividad de la dimensión irracional de la subjetividad constituyen pilares de la informalización no es ajena a las influencias de lo generado por las manifestaciones culturales del rock. La formalización presente en la sociedad de posguerra fue un foco central de las actitudes de crítica del rock que, bajo la forma de un enjuiciamiento generacional, puso corrosividad sobre los códigos formales, el

acartonamiento y los temores a perder los estribos; esta estructuración implicaba una autorregulación rígida que fue desplazada por patrones flexibles de autorregulación; para Wouters, una sociedad permisiva no debe interpretarse necesariamente como una regresión civilizatoria sino como una manifestación más compleja de éste proceso, el cual descansa predominantemente especialmente en las restricciones autónomas que en las heterónomas. Según Elias y Wouters, los principales períodos de informalización sobrevinieron, desde finales del siglo XIX, en los años 20 y en la década de los 60 del siglo XX, siendo éste último el más claro ejemplo de tal tendencia (que se profundiza hasta la actualidad) de desarrollo de tendencias crecientes de informalización en diferentes ámbitos de la vida social, desde este último período “...en adelante, muchas personas participan en experimentos sociales y físicos buscando los límites de su autorregulación y placer (...) esta actitud provocativa (...) es una característica de un nuevo nivel de integración social y física (...) esta búsqueda de excitación y sus riesgos pueden ser entendidos como productos directos de la igualdad del Estado benefactor: la gran seguridad y confianza personal que se generó con el incremento del bienestar y la provisión de seguridad social por el Estado” (Wouters en Weiler, 1998).

Cas Wouters (en Weiler, 1998) establece que la acción de los Estados de Bienestar, la emancipación de las minorías, la integración social y la reducción de las desigualdades son condiciones fundamentales para la materialización de una clima de mayor confianza entre las personas; el rock ciertamente colaboró para que las emociones y los deseos no fuesen vistos como transgresores y peligrosos al transcurso diario de la vida cotidiana y pudiesen ser parte de las guías del comportamiento social y el autocontrol personal. Solo en un contexto de aflojamiento de los clivajes disciplinarios (que reprimen la irracionalidad) y de intensificación de la competitividad individual se dan condiciones propicias para que las emociones pueden ser encarriladas bajo dispositivos flexibles de regulación y ser materia de reflexividad, se produce una reapropiación sistémica, en tanto insumos de utilización

flexible (como por ejemplo se constata en el mundo de los anuncios publicitarios), de la liberación y la emancipación de las emociones, los impulsos y los sentidos propuestos por la cultura rock; claramente, los actores identificados con el rock en sus manifestaciones culturales y en términos del estilo de vida implicado promueven, de maneras no intencionales, una informalización social que se exterioriza en múltiples dimensiones, como en la vestimenta, en las costumbres desacartonadas, en las relaciones eróticas, en la expresividad de la interioridad, en la espontaneidad en expresar las emociones o en el descenso de las barreras prejuiciosas o vergonzantes. Las manifestaciones culturales representadas en lo que se podría denominar (con mucha cautela, por su carácter inestable, fragmentario y desorganizado) los discursos del rock, enfocaron diversas críticas hacia el modo uniformizado y pre facturado de vivir, asociado a la vida urbana y artificial, al uso de trajes y uniformes y a las rutinas que encauzaban la existencia dentro de la vida familiar y la creatividad artística sometida a las demandas de comercialización.

En las décadas del 50 y de los 60, la uniformización implicada en el trabajo urbano y el apego a cánones homogéneos de conducta y moralidad eran parte del estilo de vida de los padres de los jóvenes (a diferencia de la actualidad en la que padres y abuelos pueden manifestar una mayor informalización por medio de expresiones propias del rock en su vestimenta o en su forma de hablar) sobre los que se dirigió la rebeldía; el discurso juvenil hizo foco en un regreso a la naturaleza, el individualismo, la libertad, la capacidad de rebelión, la evasión, el placer, la espontaneidad y el inconformismo; desde el rock se amenazó con subvertir el orden de las cosas preestablecidas por las generaciones precedentes. El rock ha participado con sus propuestas y expresiones en la tensión propia del capitalismo de consumo entre la disidencia y la asimilación cultural, por lo cual debe tenérselo en cuenta para explicar los procesos de reorganización de los sentidos que operaron culturalmente desde las décadas previas al desmantelamiento del EBK y de sus protecciones laborales. El discurso publicitario y la estética juvenil propuesta

comercialmente es inseparable de la creatividad proveniente de las manifestaciones del rock, es innegable que desde el rock se ha proclamado estar en oposición al ethos de la productividad y el rendimiento; la autenticidad y la conexión con fuerzas misteriosas (musas) que remiten a lo intangible (las musas de la inspiración) son algunas de las bases del discurso de los creadores y ejecutantes del rock, los artistas o músicos suelen manifestar implícitamente en sus obras y también explícitamente en reportajes sus cosmovisiones, mayoritariamente estas no aluden a ideales o valores propios del capitalismo, como la rentabilidad, la eficiencia, la manipulación racional de los actos sino a planteos intangibles y fantasiosos, a veces reñidos con una religiosidad no institucionalizada. Como ya se estableció, en las últimas décadas se asiste a un proceso de mutación de los ideales de rebeldía y de inconformidad del rock que lo despoja de toda connotación peligrosa para el sistema de poder produciendo como complemento una asimilación de sus recursos simbólicos como insumos inofensivos de venta publicitaria; se desarrolla una simbiosis entre la cultura rock y la sociedad de consumo, que se verifica en la existencia de un proceso de creciente impulso en el que las empresas adoptan la retórica y las estéticas provenientes del rock, que, en un momento, supusieron transgresión o marginalidad, para venderlas asociadas a marcas que buscan posicionarse con un discurso ajustable a un mercado cada vez más heterogéneo e inestables en sus gustos (Chastagner, 2012).

A través de programas de televisión y un par de libros publicados Diego Capusotto y Pedro Saborido develan, quizás sin una intención explícita, las manifestaciones de la racionalización en la cultura del rock. Para ellos, *“...el rock es pararse sobre el mundo y querer cambiarlo. El rock es querer esa otra vida que alguien te está escondiendo. El rock es un grito de libertad frente a un sistema que busca idiotizarte. Por eso, el rock le grita al mundo y al poder su verdad. El poder escucha ese grito, lo graba, saca un CD, organiza una gira, vende un par de remeras y después espera que el rock vuelva a gritar”* (Capusotto y Saborido, 2009). En su programa de televisión elaboran tipológicas que

cruzan lo político, lo sociológico y la cultura rock, brindando personajes como Beto Pateta⁶⁴, cantante y ex joven, que al entrar a los cuarenta, modifica su repertorio y la temática de sus letras, las cuales empiezan a girar en torno como pagar el ABL, las dificultades para completar el formulario de la AFIP, la realización del examen de próstata o la angustia para elegir una compañía de celular; también, a través de los Jóvenes PordioCeos expone la rentabilidad del rock en su máxima exageración⁶⁵. Otra creación de Capusotto y Saborido es la banda de ficción de los Ex Pistols⁶⁶, quienes descartan la rebeldía y la provocación de antaño, propia de la juventud, ya que sus integrantes al crecer cantan en defensa del orden, las buenas maneras y los modales acordes a las pautas de una buena convivencia, condenando los comportamientos indeseables a los valores del sistema.

Thomas Frank (2011) analiza cómo el discurso de la contracultura se utilizó para incorporar y reformular los parámetros de funcionamiento discursivo y organizacional del mundo de la publicidad y del gerenciamiento empresarial con elementos propios de la rebeldía juvenil; empleó el término contracultura para designar a aquellas expresiones que en la década del 60 supusieron ciertas disidencias en la cultura estadounidense que, a diferencia de otros pensadores que caracterizan a este movimiento como de enfrentamiento, fue, según su análisis, una etapa (a la que otros pensadores como Delmore Schwartz caracterizaron como un cúmulo de acciones y de propuestas concretas indulgentes, ingenuas y confusas) de transformación de los valores de la clase media dentro del desarrollo del individualismo consumista, que dinamizó una de las bases del capitalismo de consumo, para posibilitar un mecanismo vital para la manufactura del capitalismo flexible que es la obsolescencia de los productos, efectivizándose dentro de un discurso crítico y burlón hacia el conformismo

⁶⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=3rXn4KAXd20>.

⁶⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=07oa60djCt0&index=11&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvbz5UC2&t=0s>

⁶⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=4KBXBiLeAmk&index=9&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvbz5UC2&t=0s>

personal y hacia la burocratización del estilo de vida uniformizado propio de la posguerra. El rock se constituye en una referencia privilegiada para elaborar tendencias de marketing para nuevos productos y marcas o para rejuvenecer otras ya posicionadas en el mercado; Frédéric Martel en su libro *Cultura Mainstream* establece que en la etapa contemporánea del capitalismo hay que dejar de pensar en las industrias creativas como organizaciones monolíticas fordistas sino como redes productivas, concentradas y, a la vez, flexibles y descentralizadas en múltiples micro emprendimientos, unidades especializadas y semindependientes, que articulan con oligopolios una complementación dinámica; estas alianzas, a menudo bajo acuerdos y reglas informales, se adaptan a los cambios absorbiendo las propuestas y estilos que emergen en los márgenes produciendo una diversidad estandarizada, que no teme utilizar referencias y recursos asociados a la rebeldía o críticos a la masificación.

Keir Keightley (Frith en Frith, Straw y Street, 2006) afirma que una de las grandes ironías en el orden cultural de la segunda mitad del siglo XX radicó en que el rock supuso la movilización de recursos económicos y simbólicos bajo pautas estandarizadas por el mercado, semejantes a las que las empresas utilizan para vender jabón para lavar la ropa. La energía de millones de jóvenes orientada hacia valores de la libertad frente a las instituciones y la rebeldía en oposición a lo establecido se canalizaron como mensajes publicitarios que aluden a la rebeldía del consumidor en su elección de una gaseosa de 600 cm o frente a la marca de un pantalón. Una combinación entre elementos contradictorios dieron lugar a una manifestación paradójica como es el rock, articulando valores, comportamientos e ideales propios de la “...*marginalidad social por un lado, y un poder adquisitivo expandido, por el otro, que devino en una mayor presencia cultural, favoreció el desarrollo de la peculiar política cultural del rock. A su vez, estos aspectos tan contrastados característicos de la juventud permitieron que el rock, paralelamente, soñara con el traslado de aquellos fenómenos percibidos como <<anti-masa>> a la escala*

masiva. Así, se criticaba a determinados artistas acusándolos de vendidos, al tiempo que algunas estrellas del rock muy respetables vendían millones de discos. Igualmente, el rock, se definía como un culto de corte underground aun cuando a todas luces se había convertido en la fuerza dominante en la industria de la música de los setenta". Es común que aquellas expresiones de rock más consumidas sufran un proceso de normalización a partir del cual sus planteos se vuelven aceptables y se codifican como fórmulas culturales de consumo; por ello, algo que es una manifestación de rock en algún momento y contexto determinado, como por ejemplo el punk en 1976 en Inglaterra, luego, subsumido en la instancia de producción, se empaqueta dentro de una estrategia de marketing de marcas de ropa o de cosméticos y se materializa, en la instancia de la recepción, en un repertorio de tics y esquemas de comportamiento previsible, aunque redituables⁶⁷. Tal como lo analiza Víctor Lenore (2014), el caso de la música indie, o también llamado "rock alternativo"⁶⁸ (caracterizada por fichar grupos y solistas para sellos independientes, contar con bajos presupuestos, negarse a la exposición de su imagen en los medios, tratar tópicos personales y de intimidad emocional, valerse de recursos minimalistas de grabación e instrumentación), su simbiosis con la industria cultural es ejemplificador de la no contradicción entre el rock supuestamente menos comercial y las exigencias del mercado; los grupos y los solistas de la escena indie proveen, en los últimos años, a las marcas y al mundo corporativo (Volkswagen⁶⁹, Honda⁷⁰, Hewlett Packard⁷¹, Tommy Hilfiger⁷², Apple)

⁶⁷<https://www.youtube.com/watch?v=sN0vRjCMAcA&index=8&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvbz5UC2&t=0s>

⁶⁸ Algunas variantes dentro de este género son Pop barroco, Dream pop, Madchester, Garage rock, Dance-punk, In <https://www.youtube.com/watch?v=hTUGS1Cvn2E> die pop, Noise rock, Indie folk, Neo-psicodelia, Post-punk revival, Shoegazing.

⁶⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=2dEDAtuYVT8>

⁷⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=m-67B757Cwc>

⁷¹ <https://www.youtube.com/watch?v=hTUGS1Cvn2E>

⁷² <https://www.youtube.com/watch?v=sgWpMw6pFwk>

de insumos simbólicos (bajo conceptos de independencia, autenticidad, libertad individual, creatividad y riesgo) y de personajes para rodearlas de un aura de vitalidad y autenticidad; los valores de meritocracia, iniciativa personal e inconformismo presentes en estas manifestaciones artísticas son los que necesita esta nueva etapa del capitalismo, orientado al consumo emocional, heterogéneo y customizado.

La simbiosis entre el rock y el marketing supone un proceso progresivo, quizás esta relación coayudó a fortalecer el surgimiento en el rock de la customización y las fórmulas previsibles de expresión artística. Quizás en las primeras décadas de su surgimiento todo el accionar rockero, en sus múltiples dimensiones, era el resultado de una mayor improvisación, no había estrategias diseñadas por publicitarios, contadores y gente del marketing asesorando a los artistas, a lo sumo los artistas eran guiados por algún manager, a veces más salvajes que los propios músicos, como Peter Grant y Led Zeppelin o Kit Lambert y Chris Stamp de los Who. En la década del 80 surge MTV y, con ello, se refuerza la importancia del poder de la imagen en el mundo del rock, aunque éste y la televisión estuvieron juntos desde sus inicios con el surgimiento de este canal se modifican las pautas de exhibición y consumo de la música; por este canal se produce una intrusión de las empresas en el rock y se acrecienta su influencia en el desarrollo y la planificación artística de grupos y solistas. Las empresas sponsorean artistas evaluando los rendimientos que traen aparejados, a su vez, los grupos y solistas analizan también la relación con sus marcas a partir de la segmentación de las audiencias; marcas de cigarrillo y bebidas permiten a las bandas contar con soportes económicos para garantizar el proyecto de la gira fundamentalmente en cuanto a la previsibilidad del acceso a los recursos y a la diagramación organizacional y artística. Algunos analistas consideran que a fines de los setenta se inició un período de acentuación de una tendencia existente en sus orígenes de industrialización en el rock, “...los ochenta fueron la década que transformó el estilo en un producto en sí mismo ofrecido al mejor postor y dejó de ser un mero ingrediente. Durante

los sesenta y los setenta la gente se dejaba crecer el pelo; en los ochenta ya se ponían extensiones. En los cincuenta y sesenta se llevaban vaqueros; en los ochenta importaba más la marca. Antes la gente era organizada y sabía cómo utilizar su tiempo; en los ochenta surgieron los organizadores y los asistentes personales (...) el rock and roll también se convirtió en un producto más de la línea de montaje...” (Herman, 2009). Puede considerarse, actualmente, a la cultura rock como una manifestación de la historia de la música popular dirigida a la juventud (en los últimos años este target se ha ampliado exponencialmente) que se viste con ropajes y posturas de marginalidad y rebeldía, tomando, en muchos casos, señas de identidad de poblaciones que se encuentran en los márgenes culturales de la sociedad, promoviendo dinámicas, mensajes e ideales con pretensiones contraculturales⁷³ pero que terminan transitando por canales comerciales, bajo las estrictas pautas preestablecidas del mercadeo, el análisis de tendencias y micro segmentación, sustentada con los previsibles ingresos por merchandasing y, en algunos casos extremos, con esponsorización a través de marcas de bebidas o de vestimentas; cualquier iniciativa de crítica o rebeldía se asimila comercialmente, transformándose todos aquellos signos, ideales o discursos alternativos en un fenómeno masivo una vez que la industria percibe la oportunidad de generar ingresos. Dentro del público receptivo a las expresiones del rock, la racionalización estética propuesta por las marcas, que utilizan los códigos y recursos en cuestión, tienen mayores probabilidades de tener utilidades eficientes en términos de rentabilidad de ingresos económicos y acceso a audiencias jóvenes deseosas

⁷³ *La segmentación del rock es evidente como consecuencia de la estratificación de los gustos en sociedades de consumo, así como ocurre en categorías de producto que parecen muy distantes como los cereales para niños, eso posibilita que el “...rock puede enfundarse la indumentaria subcultural, identificarse con las minorías marginadas, promover posiciones políticas contraculturales e incomodar a las nociones más refinadas de la propiedad (...) con el tiempo y su desarrollo, el rock engendraría géneros y estilos que se separaron del rock masivo y entraron a formar parte de verdaderas subculturales, tales como el hardcore punk o el death metal de los ochenta. Algunos elementos de estas subculturas podían ser incorporadas por el torrente masivo, revitalizando de esta suerte el rock gracias a su credibilidad subcultural y su caché (el caso del grunge es ejemplar)”* (Keightley en Frith, Straw y Street, 2006).

de experimentar novedades; frecuentemente, la estética y los códigos simbólicos que caracterizan a un período de innovación de la cultura de rock pueden formar parte de la tendencia de la moda de una posterior temporada, como se verifica, el uso del rock en una línea de perfumes Paco Rabanne Black XS⁷⁴, que en su campaña de publicidad expresa la búsqueda de agitación de sensaciones, la creación de acontecimientos y la movilización de las emociones.

Los avisos publicitarios de marcas de prendas de vestir argumentan utilizando al rock exclusivamente como referencia estética, vaciado de cualquier contenido ideológico, así caracterizan al Glam Rock solo por signos superficiales: *“El estilo Glam caracterizado por el uso de brillos, metales y colores estridentes, además de estar relacionado con los pantalones leggings de cuero, las chaquetas de cuero, los zapatos de plataforma, los look andróginos, proveniente de la revolución estética de los años 70’ y representado en el mundo del rock por Gary Glitter, Marc Bolan, David Bowie, entre otros. La estética glam, estaba acompañada de una actitud que reflejaba el lema “vestidos para triunfar” (dress for success), estos accesorios diseñados por Marcelo Toledo como Kosiuko y Complot traen a la actualidad el estilo rockero de los 70’ pero a la vez transformados en un estilo moderno y actual, producidos por el uso de transfers, intervenciones de distintas materialidades y texturas en las prendas, por eso me pareció original y ocurrente este trabajo en joyería, que hacen una combinación perfecta con estas marcas de ropa”*⁷⁵; otro claro ejemplo de esta asimilación de la rebeldía al escaparate comercial es la mercantilización de los ropajes punk, originariamente éstos eran sacados de la basura o de los negocios de venta de ropa usada por los primeros partícipes de este movimiento en Inglaterra en 1976, jóvenes marginados, integrándose, posteriormente, como parte de la alta moda de las pasarelas de

⁷⁴<https://www.youtube.com/watch?v=Ixndj75C2QY&index=7&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzb5UC2&t=0s>

⁷⁵ <http://www.misspiccolo.com/glamrock/>.

Paris. Hoy es posible acceder a recomendaciones, como los la página wikihow sobre cómo vestirse punk y lucir genial, en términos de ropa, accesorios y peinados; es muy interesante cuando aconsejan que como complemento de la elección estética, habría que escuchar este tipo de música y, además, desarrollar algo contra lo que rebelarse, así se afirma que “...no es necesario que tengas algo contra qué rebelarte, pero por lo general, “la policía” funciona en la mayoría de los casos (el gobierno, el establecimiento, la autoridad en general)”⁷⁶. La absorción cultural de lo que en un momento es definido como algo desviado y repugnante (lo comercial) se metamorfosea como vendible y revestido glamour es el ejemplo de la salida de la tarjeta Master Card de los Sex Pistols⁷⁷, con la siguiente leyenda: “Es el momento de que los consumidores se metan un poco de rebelión en el bolsillo”⁷⁸. Gary Herman (2009) sitúa la pasteurización del rock y su aporte a la maquinaria industrial del espectáculo y del marketing publicitario en un período específico, “...después de que todos los ideales se hubieran hecho añicos a finales de los sesenta, el rock se convirtió en una mera forma de entretenimiento, y las actuaciones, lejos ya de ser el reclamo eficaz de tiempos pasados, hubieron de valerse de factores extra musicales para mantener su interés. Los escándalos se convirtieron en una forma más de marketing. En el mejor de los casos, se limitaban a ser una especie de grito en contra de los efectos de distanciamiento del estrellato; en el peor, se convirtieron en un ingrediente más del espectáculo. Dado que, por lo general, nadie prestaba atención a esos pretendidos gritos de desesperación, el rock pasó a ser un producto manufacturado (...) el exceso se convirtió en la consigna gracias, en parte, a los sistemas de sonido, cada vez más gigantescos, los juegos de luces descomunales y la tendencia general a tocar con un volumen cada vez más ensordecedor (...) sin embargo, también se debió al tipo de actuaciones: los

⁷⁶ <https://es.wikihow.com/vestirse-al-estilo-punk>.

⁷⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=NCsp7E2RcHk>

⁷⁸ <http://www.elmundo.es/cultura/2015/06/10/55785810ca4741b64d8b45ab.html>.

comportamientos histriónicos ya no eran suficientes”. Con respecto a este proceso de mutación de valores e ideales, Boltanski y Chiapello (2002) analizan cómo el sistema económico recupera elementos discordantes y los procesa generando una nueva ética del capitalismo, quizás el management y la publicidad no tendrían su peculiaridad actual si no fuese por los aportes de la cultura rock, en tanto los elementos subversivos o discordantes (estéticas, sonidos, actitudes, frases) son reapropiados para acercarse más eficazmente a diferentes segmentos del mercado y para poder dirigirse a ellos con un lenguaje en común y, así, enriquecerse como dispositivo comunicacional.

En las últimas décadas el rock se ha tornado inofensivo culturalmente al incorporarse, mediante la vía publicitaria, hacia los actos más domésticas de la vida cotidiana, como lo representan las acciones culinarias son los de cocinar fideos, en spots de la marca de fideos Matarazzo que invitan a los consumidores a “rockear la pasta”⁷⁹, en los avisos gráficos de vodka Absolut se ofrece embriagamiento con estilo rockero⁸⁰ y en los afiches callejeros se propone salir de la rutina diaria en el Hard Rock Café⁸¹. La profesión del rock, como afirma Frith, tiene una orientación individualista y competitiva, desde ella se promueve una ambición creciente, confiada en el libre mercado como modalidad de asignación legítima entre el esfuerzo y el talento y los réditos económicos y de reconocimiento; Frith sostiene que el rock no desafía verdaderamente al sistema, ya que es parte constitutiva del mismo andamiaje productivo y comercial, sin negar, por ello, que surjan en su interior críticas hacia lo excesivamente comercial o con respecto a la escala de la comercialización, como

⁷⁹<https://www.youtube.com/watch?v=D76M0xrQ2VQ&index=5&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzbz5UC2&t=0s>

⁸⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=opdJpvDt4tY&index=5&list=PLC-94fv9NoCM5nfdcv2Jv6Pu0Qvzbz5UC2>

⁸¹ <https://www.youtube.com/watch?v=K8i-9YPtcEc>

<https://www.youtube.com/watch?v=vj96af72u3g>

se encuentra en el planteo del rock low-fi. El rock no plantea ninguna acción colectiva, aunque la asistencia a conciertos o la compra de discos tengan consecuencias como agregado social, solo puede llegar a estimular una rebeldía individual o la sumo indefinida. Los argumentos centrales del rock están orientados a la inconformidad, la despolitización, el logro competitivo, el individualismo y la transgresión, todos ellos pueden ser fácilmente asimilados a las actitudes y a los comportamientos requeridos por las reglas del mercado de una sociedad de consumo diversificado, que hace énfasis en los ideales de libertad, de cambio y de diferenciación, y promueve la persecución de los sueños personales, de rechazo a la autoridad (lo político) y de desconfianza hacia la acción colectiva. La reapropiación de la cultura rock por el sistema industrial necesita limar sus aristas más conflictivas y así reintegrarlo como una estrategia comercial que supone la opción de de una mayor diversidad.

La capacidad del capitalismo, tal como lo explica Fisher (2016), de metabolizar y de asimilar los elementos y comportamientos discordantes y conflictivos vuelven ridículos los enunciados de expresiones culturales que se dicen “alternativas” o “independientes”, ya que éstos términos “...no designan nada externo a la cultura mainstream; más bien, se trata de estilo, y de hecho de estilos dominantes, al interior del mainstream. Nadie encarnó y lidió con este punto muerto como Kurt Cobain y Nirvana. En su lasitud espantosa y su furia sin objeto, Cobain parecía dar voz a la depresión colectiva de la generación que había llegado después del fin de la historia, cuyos movimientos ya estaban todos anticipados, rastreados, vendidos y comprados de antemano”. Quizás el rock haya sido un ingrediente vital en el pasaje del capitalismo fordista hacia un capitalismo posprotestante (Hall y Jefferson, 2010), ese capitalismo que como una esponja absorbe y reconfigura sus límites flexiblemente, al aportar elementos de innovación y de experimentación de nuevas formas sociales y estéticas al sistema productivo y comercial, para tornarlo más flexible y adaptable a un mercado en constante transformación. Surgida de la crisis de la formalización, la cultura

rock es un emergente de un contexto en donde el fordismo y la estatalidad de bienestar mutaron hacia un postfordismo flexible adaptable y generador de una customización de la producción anclado a un Estado menguante en sus responsabilidades; por ello es posible afirmar que, a su vez, sus manifestaciones han contribuido a la aportación de elementos vitales para los procesos de informalización.

Bibliografía

Adán, Pablo (2015). Rock marketing. Una historia de rock diferente. Ed. Alfaomega. México.

Avanessian, Armen y Reis, Mauro (compiladores) (2017). Aceleracionismo. Estrategias para una transición hacia el postcapitalismo. Ed. Caja negra. Bs. As.

Boltanski, Luc y Chiapello, Eve (2002). El nuevo espíritu del capitalismo. Ed. Akal. Madrid.

Chastagner, Claude (2012). De la cultura rock. Ed. Paidós. Bs. As.

Denzin, Norman y Lincoln, Yvonna (2012). Manual de la investigación cualitativa. Ed. Gedisa. Barcelona.

Elias, Norbert (1994). Civilización y violencia. Revista REIS N° 65. Madrid.

Elias, Norbert (1993). El proceso de la civilización. Ed. F.C.E. Bs. As.

Elias, Norbert (1990). La sociedad de los individuos. Ed. Península. Barcelona.

LA DOMESTICACIÓN DE LA CULTURA ROCK Y LA RACIONALIZACIÓN DE LA
ESPONTANEIDAD
Serbia, José María

Elias, Norbert (2009). Los alemanes. Ed. Trilce. Bs. As.

Fisher, Mark (2018). Los fantasmas de mi vida. Ed. Caja negra. Bs. As.

Fisher, Mark (2016). Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?. Ed. Caja Negra. Bs. As.

Frank, Thomas (2011). La conquista de lo cool. Ed Alpha Decay. Barcelona.

Frith, Simón (1988). El arte frente a la tecnología: el extraño caso de la música popular.
Revista Papers N° 29. Barcelona.

Frith, Simon, Straw, Will y Street John (2006). La otra historia del rock. Ed. Robinbook.
Barcelona.

Frith, Simon (2014). Ritos de la interpretación. Sobre el valor de la música popular. Ed.
Paidós. Bs. As.

Frith, Simon (1980). Sociología del rock. Ed. Jucar. Madrid.

Gillet, Charlie (2008). Historia del Rock. El sonido de la ciudad. Ed. Robinbook.
Barcelona.

Hall, Stuart y Du Gay, Paul (2003). Cuestiones de identidad cultural. Ed. Amorrortu. Bs.
As.

Hall, Stuart y Jefferson, Tony (2010). Resistencia a través de rituales. Subculturas juveniles
en la Gran Bretaña de la posguerra. Ed. UNLP. La Plata.

Herman, Gary (2009). Historia trágica del rock. Ed. RobinBook. Barcelona.

Hopkins, Jerry y Danny Sugerman (1996). Nadie sale vivo de aquí. Ed. Celeste. Madrid.

Kalberg, Stephen (2013). La sociología weberiana de las emociones: un análisis preliminar. Revista Sociológica N° 28. México.

Marcus, Greil (2005). Rastros de carmín. Una historia secreta del siglo XX. Ed. Anagrama. Madrid.

Martel, Frédéric (2014). Cultura mainstream. Ed. Taurus. Bs. As.

Lenore, Víctor (2014). Indies, hipsters y gafapastas. Crónica de una dominación cultural. Ed. Capitán Swing. Madrid.

Ramone Johnny. Commando (2013). Autobiografía de Johnny Ramone. Ed. Malpaso. Barcelona.

Reynolds, Simon (2017). Como un golpe de rayo. Ed. Caja Negra. Bs. As.

Reynolds, Simon (2015). Después del rock. Ed. Caja Negra. Bs. As.

Reynolds, Simon (2012). Retromanía. Ed. Caja Negra. Bs. As.

Serna, Justo y Lillo, Alejandro (2014). Young americans. La cultura del rock (1951-1965). Ed. Punto de Vista. España.

Schwartz, Howard y Jacobs, Jerry (1999). Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad. Ed. Trillas. México.

Shapiro, Harry (2006). Historia del rock y las drogas. Ed. Robinbook. Barcelona.

Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.) (2006). Estrategias de investigación cualitativa. Ed. Gedisa. Barcelona.

LA DOMESTICACIÓN DE LA CULTURA ROCK Y LA RACIONALIZACIÓN DE LA
ESPONTANEIDAD
Serbia, José María

Weber, Max (2012). Economía y sociedad. Ed. F.C.E. México.

Weber, Max (1985). Ensayos de sociología contemporánea. Ed. Planeta de Agostini.
Barcelona.

Weber, Max (1997). Ensayos sobre metodología sociológica. Ed. Amorrortu. Bs. As.

Weiler, Vera (compiladora) (1998). Figuraciones en proceso. Ed. Utópica. Bogotá.

Witt, Stephen (2015). Cómo dejamos de pagar por la música. El fin de una industria, el
cambio de siglo y el paciente cero de la piratería. Ed. Contra. Barcelona.