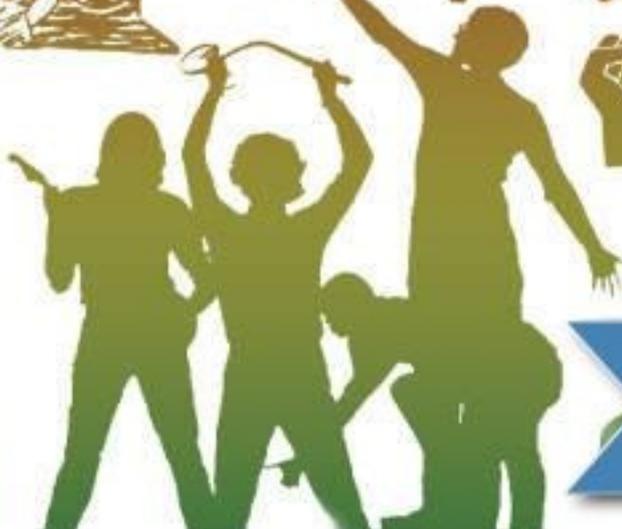
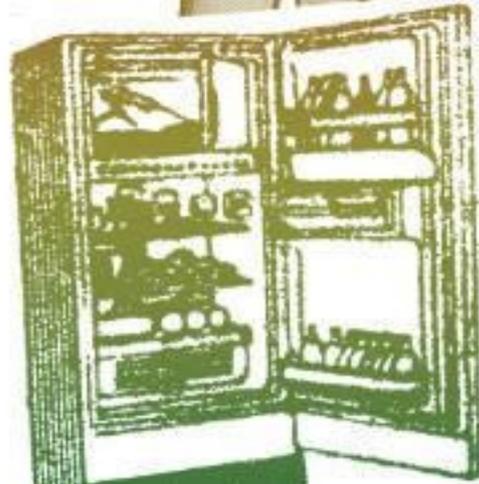
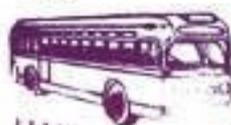


Ian Svenonius



Estrategias sobrenaturales para montar un grupo de rock



Lectulandia

¿(Pero) qué tiene que ver...

- Los Beatles con los dibujos animados propagandísticos de la URSS.
- Los Latin Kings con los Sex Pistols.
- La toma del Palacio de Invierno con Mad Men. ¿Y con Kiss?
- Las estrellas del rock con los samuráis.
- La rock star drogadicta con la redención cristiana.
- Las drogas consumidas en la SGM con el hippismo.
- Oscar Wilde con Mick Jagger.
- Los cigarrillos con los teléfonos inteligentes.
- La nostalgia con la hipnosis y con la obsolescencia programada.
- La longevidad de los Rolling Stones con la culpa en el matrimonio católico.
- Las carátulas de discos con las contraseñas masónicas.
- Los gremios de artesanos preindustriales con las escenas locales del underground.
- James Brown con un bróker de Wall Street.
- Los buhoneros con los cantautores.
- La Velvet Underground con Apple Inc. Corporation?

Solo Ian Svenonius, el reverendo del underground mundial, el timonel de la independencia artística, responde a estas y otras muchas preguntas, en una ambiciosísima guía para montar una banda de rock que funciona también como ensayo sociológico y como panfleto antiautoritario. El líder de The Make-Up sabe que «la música es como el tacto, la comida o la banca moderna: escapa a toda explicación». Porque solo hay una forma de explicar lo inexplicable: usando la magia.

Lectulandia

Ian Svenonius

Estrategias sobrenaturales para montar un grupo de rock

ePub r1.0

Titivillus 17.05.16

Título original: *Supernatural Strategies for making a Rock 'n' roll Group*

Ian Svenonius, 2014

Traducción: Caries Andreu

Editor digital: Titivillus

ePub base r1.2

más libros en lectulandia.com

Gracias a todos los que me han ayudado
a canalizar las energías y en especial a
Diane, Lars, Katie, Jesse, Alanah y Johnny.

ADVERTENCIA: ESTE LIBRO CONTIENE TAN SOLO LAS OPINIONES DEL AUTOR, QUE NO REPRESENTAN EL PUNTO DE VISTA DE NADIE MÁS NI SON COMPARTIDAS POR NADIE... ¡DE MOMENTO! A LARGO PLAZO, ES POSIBLE QUE DICHAS OPINIONES SE COMPARTAN, SE EXTIENDAN Y SEAN ADOPTADAS POR OTRAS PERSONAS, PERO AÚN NO ES EL CASO.

Primera parte
Verdaderos secretos
revelados

I

Introducción

Este libro es una guía indispensable para cualquiera que pretenda montar un grupo de rock. Aunque el lector haya formado ya uno o cuente con un largo historial en ese sentido, estas páginas siguen siendo de lectura obligatoria.

El libro se inspira en los programas de cocina que tanto abundan en la programación televisiva actual. Dichos programas pretenden enseñar a un público, compuesto a menudo por cocineros principiantes, a preparar platos en ocasiones bastante elaborados a partir de materiales básicos (verduras, cereales, especias, etcétera). Estos espacios televisivos buscan desmitificar la producción alimenticia e invitan al consumidor medio a tomar las riendas de su destino y a preparar unos platos antaño considerados la creación milagrosa de una persona, una cultura o un pueblo concretos, casi como sucede con el huevo y la gallina.

Cuando un grupo de rock consigue el éxito, suele surgir una fascinación por sus orígenes. «¿Cómo se produjo tal fenómeno?», se pregunta todo el mundo. Esta curiosidad se debe a la dificultad que conlleva fundar una banda, encontrar a un grupo de personas con la química creativa correcta y un cierto sentido del compromiso. Por ello, las historias fundacionales de las bandas de rock han ocupado un lugar privilegiado junto a los mitos históricos y religiosos de tiempos inmemoriales.

Efectivamente, la formación de un grupo suele considerarse un proceso mágico —algo comparable a un relámpago o a cualquier otro fenómeno natural— que genera el mismo asombro que, en el hombre primitivo, despertaron la reproducción de las especies y la monumental naturaleza. Como los precientíficos, a la hora de montar un grupo, los futuros miembros suelen entregarse a prácticas supersticiosas equivalentes a las danzas de la lluvia o a los ritos de fertilidad de Los Mayos. El consumo ritual de drogas, las ceremonias chamanísticas de iniciación y la fe en intermediarios, hombres de confianza y documentos mágicos (también conocidos como «contratos») son estrategias habituales a la par que inútiles. Si alguna lección podemos extraer de los programas de cocina antes mencionados es que formar una banda de rock, como preparar un plato suntuoso, no tiene nada que ver con las supersticiones. Se trata tan solo de poner en práctica una serie de conocimientos científicos de forma controlada y sistemática. Los de arriba no quieren que se sepa, pero ellos lo aprendieron hace mucho tiempo.

Lejos de ser el resultado de encuentros casuales, visiones narcóticas u ordenaciones divinas, la mayoría de los grupos de éxito —como Ohio Express, 1910 Fruitgum Company, Hot Chocolate, Led Zeppelin, los Who, los Flirts, J. J. Fad, Indep o Boney M— fueron armados a partir de las materias primas disponibles y de forma bastante calculada por unos manager inteligentes, que sabían cómo crear algo

que atrajera a un público de melómanos entusiastas.

Mientras tanto, la mistificación del proceso se perpetúa de la mano de instituciones dedicadas a la creación de leyendas, como los fanzines de rock, las hagiografías serviles y el programa *Behind the Music* de VH1, diseñadas específicamente para confundir a los miembros potenciales de las bandas e impedir que logren su objetivo. Dichas instituciones conspiran para convencer a los ingenuos de que formar un grupo de rock es equiparable a ganar la lotería o nacer en una familia rica. Pero ¡hasta aquí hemos llegado!

Con la información revelada en este libro, el lector tendrá en sus manos la posibilidad de formar un grupo de rock, ir de gira por todo el mundo y grabar (o cuando menos crear) un repertorio que genere un mito capaz de definir una generación, inspirar un movimiento o alcanzar cualquiera de los muchos logros que marcan el éxito en el mundo del rock. Si juega bien sus cartas, el lector podrá incluso terminar tocando en el festival All Tomorrow's Parties.

Naturalmente, y a diferencia de lo que sucede con las recetas exóticas de lugares remotos, los secretos sobre la creación de una banda están custodiados como si fueran los arcanos del esoterismo masónico. Al fin y al cabo, ¿hay alguien en el mundo del rock que desee aún más competencia? La respuesta es: «¡No! ¡Ni hablar!».

Actualmente existen seiscientos mil grupos de rock registrados en plataformas de Internet, como Bandcamp y Myspace, y ese número crece cada hora que pasa. Aunque en muchos casos sean meros sueños y fantasías más o menos descabelladas, todos ellos representan una amenaza potencial o real para el privilegiado club de roqueros en activo.

Por ese motivo, ningún miembro vivo de la industria musical se avendría a compartir sus secretos acerca de la creación de una banda. De hecho, las únicas personas cualificadas que encontramos que estaban dispuestas a revelar los VERDADEROS SECRETOS SOBRE LA FORMACIÓN DE UNA BANDA fueron estrellas de rock fallecidas, con las que nuestro equipo contactó mediante una sesión de espiritismo.

Las voces de los fantasmas no se pueden grabar, de modo que transcribimos a vuelapluma las palabras que hoy llenan las páginas de este libro.

II

La sesión de espiritismo

Antes de empezar queremos dejar claro que recurrimos a la sesión de espiritismo — una velada con espectros del más allá celebrada a la luz de las velas— como último recurso. Durante la investigación previa a la redacción de este libro, nuestro equipo

interrogó incansablemente a algunas de las principales estrellas del rock con la esperanza de que revelaran sus secretos a una ansiosa y frustrada horda de aspirantes a roqueros. Estábamos convencidos de que, tras conseguir la adulación de los fans, ganarse el respeto de sus colegas y asegurarse la estabilidad económica, estos personajes se dignarían a compartir algunos de sus conocimientos con los menos afortunados. Podría resultarles interesante, pensamos, e incluso podría proporcionarles la chispa necesaria para resucitar sus moribundas carreras. «Hay sitio en lo más alto», habíamos oído una y otra vez. Sin embargo, al parecer no es así.

Esos tipos amargados, parapetados en sus áticos de Manhattan y en sus Xanadús de Los Ángeles, se consideran elegidos, iluminados, y están convencidos de que fue su superioridad intrínseca lo que les permitió escalar a las alturas legendarias de la fama. Son incapaces de admitir que su elevada posición no es más que el resultado de un cúmulo de estrategias y circunstancias previamente estudiadas. Pero es que incluso la pequeña minoría que sí lo admite se comporta del mismo modo: no nos quiere en su fiesta. Por ese motivo nos vimos obligados a pedir consejo a los muertos, estrellas del rock que ya no viven contaminadas por el embrutecedor clima del capitalismo competitivo. Que ya no viven, de hecho.

Desde luego, al principio la idea nos pareció una locura. No obstante, es a menudo esta locura, fruto de la desesperación, lo que puede llevarlo a uno de las zarzas al camino del destino final.

La sesión de espiritismo, como suele ser el caso, se llevó a cabo en la mesa del comedor de una casa vieja. Se trataba de un lugar respetable, con cortinas cubiertas de telarañas y muebles vetustos y suntuosos. Había retratos al óleo de los antiguos moradores en las paredes y candelabros barrocos sobre la repisa de la chimenea. Los escenarios como ese actúan de superconductores para la energía espiritual.

Recurrimos a una médium eminente, que fue la encargada de transmitir las palabras que le comunicaron las fuentes del más allá y que conforman este libro. Era una mujer. La mayoría de los espíritus prefieren hablar con mujeres porque suelen ser más sensibles a las comunicaciones de esta índole. Podríamos discutir sobre si se trata de un rasgo innato o fruto de la educación y, de hecho, ese es un debate enconado dentro de la comunidad de espiritistas, pero este libro no es el lugar para coloquios de ese tipo. Lo que sí podemos decir es que nuestra médium resultó ser bastante competente. Le interesaban los espíritus por lo que eran, y no solo por los éxitos y la fama que hubieran cosechado durante sus vidas mortales, por lo que se reveló como una interlocutora excelente, capaz incluso de reproducir acentos y jergas anticuadas.

Inicialmente nos costó establecer contacto. Pasamos muchas noches sentados en el comedor de aquella vetusta casona, cogidos de las manos en la oscuridad, pero en cuanto lo logramos ya no hubo forma de hacerlos callar. Pronto los espíritus empezaron a interrumpirse. Al parecer, entre los espíritus de antiguas estrellas del rock empezó a estar bien considerado el venir a impartir sabiduría acerca de los

altibajos del negocio musical. Y tú, querido lector, eres el beneficiario.



Los espectros resultaron ser personajes prolijos. A diferencia de sus homólogos terrenales, con su afectada reticencia y su pose guasona, los espíritus no adoptaban las típicas posturas de estupidez y fingida indiferencia del roquero. La causa podría ser la ausencia de tentaciones carnales en la otra dimensión, o tal vez el tiempo que llevaban alejados del caos de la industria del rock. No se nos ocurrió preguntárselo. Y aunque no todo lo que nos contaron fue provechoso ni totalmente coherente, todos intentaron sernos útiles. Quizás actuaron impulsados por una especie de benevolencia de purgatorio, o a lo mejor obedecían simplemente al deseo de destronar a los colegas que los habían sobrevivido.

Optamos por evitar los cotilleos y las preguntas de mal gusto: para los interesados en esos temas se han publicado ya numerosos libros cutres sobre el mundo del rock. Lo que el lector tiene entre las manos, en cambio, es una obra seria llena de consejos prudentes. Así, en lugar de pincharlos para que se explayaran con las habituales historias heroicas sobre hitos y degeneración, pedimos a los espectros sus opiniones acerca de los interrogantes a los que deben enfrentarse los roqueros. «¿Qué es el rock?». «¿De dónde surgió?». «¿Por qué montar un grupo?». «¿Cuál es la forma más efectiva de hacerlo?». A juzgar por sus atentas y consideradas reflexiones, los espectros parecieron agradecer este enfoque.

El primer fantasma con el que hablamos aseguró ser el de Brian Jones, fundador de los Rolling Stones. Le pedimos que nos revelara el secreto de la longevidad y la herencia de la banda. Todas las preguntas se las formulamos a través de la médium, quien nos explicó que cualquier contacto con el más allá es siempre ligeramente imperfecto, por lo que conviene prever un margen de error del tres por ciento.



Si bien el espectro no era lo que se dice visible, sí logramos intuir un sombrero blanco y un pañuelo pintado a mano que ondeaba al viento (ambos accesorios dignos de Isadora Duncan) vagamente reflejados en un espejo que había encima de la chimenea. Una sensación densa, de agitación, se apoderó de la sala, y se levantó algo de polvo. Debemos añadir también que las meditaciones del señor Jones iban acompañadas de un ligero olor a especias marroquíes y de un susurro como de ante rozando pana.

Bueno, Brian, ¿qué puedes decirnos sobre cómo hay que montar un grupo?

Brian Jones: ¿Qué queréis saber? No sé si os podré ayudar... Hace mucho que no estoy metido en el mundillo.

Sabemos que puede tratarse de un tema delicado, pero los Rolling Stones siguen en activo. ¿Eres consciente de ello?

Sí, naturalmente. Aunque no me gusta todo lo que han hecho, estoy muy orgulloso de ellos.

¿Orgullosa?

Sí, sí. Tengo la sensación de haberles enseñado bien... Tal vez no en cuanto a la música, pero sí en lo tocante al enfoque artístico. Y también al estilo, naturalmente; cómo comportarse en el escenario y todo eso.

¿Y qué puedes decirnos sobre su longevidad? ¿Qué hace que un grupo dure?

Bueno, si tenemos que guiarnos por la historia, el tiempo que un grupo permanecerá unido será siempre inferior al tiempo que pasará separado. Por ejemplo, el hecho de que Jagger y Richards insistan en que *tienen el tiempo de su lado* parece sugerir que los cincuenta años que los Stones han durado juntos es más tiempo del que la civilización seguirá existiendo tras su disolución. Y, aunque parezca altamente probable, eso no significa que el tiempo vaya a detenerse. El tiempo puede extenderse en el futuro y superar con creces el transcurrido hasta la fecha.

Además, pensad en el tiempo que transcurrió antes de que los Rolling Stones aparecieran en la tierra. Es para quedarse patidifuso. Por ello, cuando a un grupo se le presenten opciones, también llamadas «oportunidades», hará bien en decantarse por la opción que prometa mejores resultados en un contexto histórico a gran escala. No toméis la decisión fácil pensando en gratificaciones sociales o económicas inmediatas si esta entra en conflicto con el objetivo estético del grupo.

¿Te refieres a lo que en su día se conoció burlescamente como «venderse»?

Sí. Al oír la palabra «oportunidad» deben entrarte ganas de huir, pues casi siempre es un caballo de Troya que oculta algún tipo de humillación o degradación.

Aunque actualmente a nadie le importe si los músicos se venden o no, una banda

es el epítome de una estética determinada, y las alianzas caprichosas con acontecimientos, personas u organizaciones carcas —o, en otras palabras, entidades pragmáticas, económicamente viables, coherentes y por lo demás «socialmente normativas»— contaminarán inevitablemente su aura.

Pero ¿cómo se va a ganar la vida una banda si tiene que hacer frente a este tipo de preocupaciones abstractas?

Actualmente la gente cree que puede hacer «carrera» en la música. Se trata de un planteamiento equivocado y, hoy en día, seguramente imposible. El sufrimiento es necesario para mantener la integridad del grupo en tanto que «objeto».

Aunque tu banda sea una entidad cinética, formada por individuos imperfectos, aburridos, vulgares y corrientes, que cultivan aficiones vergonzosas y seguramente estúpidas en su tiempo libre, que mantienen relaciones mórbidas e incomprensibles, y que viven con animales, personas o muebles apestosos, es preciso considerarla algo fantástico, completo e inescrutable, como una película de arte y ensayo extranjera, un diorama o un objeto fetiche.

Una banda, como si de la reliquia sagrada de una vieja catedral se tratara, debe imbuirse de las contradicciones incomprensibles del galimatías místico y esotérico más venerado. Una banda es una religión. Una religión con un solo seguidor o con un puñado de ellos, pero una religión de todos modos.

¿Una religión? Pero entonces, ¿los miembros del grupo son los líderes de la religión?

Aunque ser el líder de una religión pueda parecer una responsabilidad abrumadora, tenemos que asumir ese papel si queremos crear una facción capaz de competir con las religiones sifilíticas a las que habrá de enfrentarse, presididas por personajes como Alien Dulles, Hugh Hefner, Alian Greenspan, Martha Stewart y Steve Jobs, cuyos conglomerados parten con una ventaja económica considerable.

¿O sea que debemos sufrir por nuestro arte, como los flagelantes medievales?

Decir «suframos ahora y forjémonos la gloria futura» es bastante fácil. El sufrimiento es seguramente el segundo pasatiempo preferido de la humanidad, por detrás solo de la indignación de los justos, siempre y cuando uno asuma dicha carga voluntariamente y por una causa, aun abstracta, penosa o perdida.

Preguntádselo a un yonqui, a una madre, a un cura, a un faquir, a un piloto kamikaze o a un pistolero chiflado. Todos ellos se revuelcan en su propia miseria, pena o aislamiento. Pero formar un grupo no es un simple martirio. El nihilismo, que Nietzsche describió como la «tristeza ante la falta de sentido» en la que «todo está permitido», no puede ser nunca el ingrediente principal de un génesis. Por lo menos en el momento de su formación, una banda debe ser apolínea y sentar las bases para unas ruinas que futuras especies puedan admirar boquiabiertas.

Bueno, tú, Brian, eres una leyenda. Cuéntanos cómo se convierte uno en leyenda.

Tomar decisiones acertadas sobre el futuro presupone que podemos predecir sensibilidades, y esa es una suposición problemática. ¿Cómo vamos a saber qué se considerará *cool*, guay, sórdido o cutre dentro de unos años? Durante décadas, las bandas han adoptado alegremente actitudes que en otra época habrían disgustado a los fans.

¿Puedes poner algún ejemplo?

Revelar su vulgaridad, mostrar una falta de teatralidad, murmurar en lugar de cantar, componer canciones sin melodía y con letras escasas... Pero en otros sentidos las bandas actuales tienen unos estándares éticos y morales más elevados que los de sus predecesores, con su espíritu independiente, sus reservas comerciales, etcétera.

The Shangri-Las, consideradas a menudo el grupo más conciso, y por lo tanto también el más «logrado», hacían publicidad encubierta para Revlon. Los Beatles se anunciaron con modelos, muñecas y pelucas Revell. Kool & the Gang aparecieron en anuncios del licor de malta Colt 45. Aunque a estos grupos, juzgados a través de la neblina de la perspectiva histórica, se les excusen dichas actitudes, actualmente esas mismas decisiones serían fatales para la credibilidad y la imagen de una banda, y por lo tanto para su carrera.

Las normas de comportamiento son siempre abstractas, arbitrarias, difusas y más estéticas que puramente lógicas. Los modelos históricos suponen un desafío para nuestra idea sobre cuál es la actitud «apropiada» de una banda, porque la estética y el contexto han ido cambiando al tiempo que lo hacía la idea de banda, y así seguirá siendo en el futuro. Por ello, para que el mito de un grupo (y en consecuencia su poder) crezca, uno no puede conformarse con predecir las sensibilidades futuras: también tiene que moldearlas.

Parece una tarea abrumadora.

La única forma de forjar un mito sólido y duradero pasa por crear un momento o algo que permanezca congelado en el tiempo, lo que se conoce como el efecto «mosquito atrapado en ámbar». La banda o el disco perfecto están respaldados por un legado que los protege de futuras reevaluaciones, de aparentes resbalones o nuevas permutaciones que confundan al entusiasta. El fan es reacio a prestar su apoyo incondicional a una banda por miedo a que esta lealtad se le vuelva en contra en el futuro. Por ello, antes de declarar su incondicionalidad, esperará entre bastidores hasta que el polvo se asiente. La muerte es el camino más seguro para alcanzar un estado de «perfección» que garantice la acumulación de poder e influencia, pero es evidente que los dividendos a corto plazo no resultan nada atractivos.

Incluso a largo plazo, si la muerte se produce en circunstancias extrañas o de mal gusto, las asociaciones morbosas pueden hacer disminuir la adulación de los seguidores. Por ello es importante morir de una forma que no repugne al público. Si

morir ahogado o de sobredosis se considera un desenlace trágico que suele elevar la talla del fallecido, la electrocución, en cambio, se ve como una muerte estúpida (Keith Relf, de los Yardbirds, nunca figurará entre los mártires más venerados del rock), y también el suicidio suele molestar a los fans.

Pero ¿cómo podemos hacernos famosos sin morir?

Fingir la propia muerte es una solución obvia y en general se consigue, aunque de forma metafórica, con la confabulación de los responsables de relaciones públicas. En primer lugar, uno debe publicar un disco que coseche un éxito sensacional y, a continuación, dinamitar la banda cuando esta se encuentre en el cénit de su carrera. La dificultad aquí consiste en determinar en qué momento una banda ha alcanzado la cumbre de su éxito —una suerte de ruleta rusa con todo en juego—, porque si la disolución dramática del grupo tiene lugar en un momento bajo, se perderá el efecto buscado.

Se trata de una treta habitual en Inglaterra, debido al ciclo acelerado de la maquinaria pop y a la atención que dispensan allí a las publicaciones musicales. La cultura creada por los viejos semanarios de rock en el Reino Unido persiste y crea un mundo miope en el que el menor capricho, cambio de humor o declaración por parte de una banda se magnifica e hipnotiza a los espectadores, al tiempo que teje un relato alrededor de las bandas que sería imposible en países más grandes y, por lo tanto, más lentos. En Inglaterra, basta con que un batería cambie de marca de barritas de cereales o que un cantante haga un comentario despectivo casual sobre algún colega de profesión para que todo el país quede paralizado, hechizado. Mientras tanto, su homólogo en Estados Unidos está cruzando Dakota del Sur en coche.

The La's, los Stone Roses, My Bloody Valentine, los Sex Pistols y los Specials son algunas de las bandas que han recurrido a la técnica de la muerte virtual para asegurarse la fama, lo mismo que hizo David Bowie cuando despidió en directo a su grupo, los Spiders from Mars, mientras grababan el concierto en el Hammersmith Odeon para su posterior difusión cinematográfica. En el momento en que se celebró ese concierto, Bowie era un ávido estudioso de la metodología de grupo en el rock 'n' roll. Su personaje de «Ziggy» era ya su tercer intento de lograr la fama. «Este será no solo el último concierto de esta gira, sino el último concierto que daremos juntos», declaró el alter ego de Bowie antes de interpretar la canción «Rock 'n' roll Suicide», una información que aún no había compartido con el resto de la banda.

¿O sea que disolver un grupo es una alternativa a morir?

En cierto modo, la disolución de un grupo es una muerte fingida. La disolución inminente de los Beatles desencadenó el rumor conspirativo de que Paul había muerto, una reacción histérica al baño de sangre virtual que representaba el fin de la formación.

En cualquier caso, sí bien este tipo de muertes simbólicas reportan recompensas

fantásticas para la antigua banda del músico en cuestión, también causan estragos en sus futuros proyectos. A los fans les cuesta mucho aceptar la presencia del «fantasma» del músico cuando este intenta abrirse paso en el mundo de los vivos. Además, como sucede con la reencarnación, cada nueva materialización arrastrará el bagaje kármico y el hastío de todas las vidas pasadas de su alma.

Cuando los carteles del concierto de una nueva composición anuncian que este cuenta con un «exmiembro» de tal grupo o de tal otro, en realidad están presentando a una momia. Lo que el promotor considera un plus comercial es en realidad una mancha negra en un mundo que idolatra a sus leyendas cuando han muerto, pero que exige que los músicos de carne y hueso sean siempre jóvenes y nuevos.

A lo mejor las bandas de rock son una religión que venera la muerte.

La veneración de la muerte en el rock es uno de sus elementos fundamentales y nace de su potente factor sexual. Los fans masculinos del rock siempre se han sentido un tanto ignorados por sus ídolos hombres, que por lo general prefieren hablar con las chicas. El resentimiento por verse relegados a segundo plato de las estrellas vivas «catapultó» a las estrellas muertas a una posición preeminente.

Además, al aficionado al rock le cuesta expresar admiración por las cosas vivas. Esa reticencia es consecuencia de la ideología de lo *cool*, es decir, la necesidad de mostrarse de vuelta de todo y de adoptar una actitud fría, indiferente y buscadamente antiintelectual.

¿Qué crees que debe conseguir un grupo antes de su disolución?

A medida que una formación se prolonga en el tiempo, debe desarrollarse artísticamente, evolucionar. La banda debe empezar en un estado primitivo, recalcitrante (véase *Meet the Beatles\Live at the Apollo\England's Newest Hit Makers*) y desarrollar más tarde sus habilidades musicales y ambiciones conceptuales (*Sgt. Pepper's Lonely Heart's Club Band\It's A Man's Man's Man's World\Their Satanic Majesties Request*) para, finalmente, escarmentada tras el inevitable fracaso de su intento por abarcar más de lo razonable, replegarse y redescubrir la simplicidad en las «raíces» del rock (*Let It Be\Cold Sweat\Let It Bleed*).

Si el grupo no se disuelve tras este ciclo, por lo general volverá a repetir la misma secuencia ad náuseam. Otras tácticas consisten en realizar incursiones conceptuales (autostopistas desnudos, jugadores de *pinball* ciegos, y similares), aunque estas pueden considerarse también versiones de la «ambiciosa» fase media.

¿Es necesaria esta transformación constante?

La música procedente del norte de Estados Unidos suele presentar una tremenda resistencia al cambio o incluso una especie de estancamiento (The Ventures, de Tacoma, Washington; los perversamente redundantes Ramones, de Nueva York; los Dead Moon, de Oregón; el movimiento de *revival folk* originado en Boston, Massachussets). Se trata de un conservadurismo artístico provocado por el ritmo

agotador de la industrialización frenética. Los habitantes de esas zonas buscan el confort de lo familiar.

En cambio, como sucede con la música soul y el R&B de última tendencia, el bucólico ruralismo del sur supone un acicate para la inquietud artística y la sed de novedad. Así, las formas musicales del sur se han convertido en la banda sonora de la voraz cultura del capitalismo, que exige transformación y novedad. Por ese motivo, el rock se fija mucho en la música *dixie*, aunque sea a través de expatriados en Detroit, Londres, Los Ángeles o Múnich.

¿Y si un grupo tiene problemas para disolverse?

Del mismo modo que el depravado martes de carnaval se desintegra previsiblemente y da lugar a la austera penitencia y a la autoflagelación de la Cuaresma, las bandas deben formarse con la vista puesta en su propia desaparición. Si los miembros son capaces de planificar su extinción inevitable, el grupo podrá organizar su existencia alrededor de esta previsión.

Así terminó nuestra audiencia con Brian Jones, que se despidió apresuradamente. Nos sorprendió su lucidez tratándose de alguien que supuestamente había pasado por la vida sumido en una bruma narcótica. Nos avergonzamos un poco de no haber sabido sacar más provecho a su incomparable punto de vista y nos prometimos que con el siguiente sujeto lo haríamos mejor. Y lo cierto es que no quedamos decepcionados.

III

Los orígenes del grupo

El espectro de Brian Jones se desvaneció pero decidimos seguir adelante. Estábamos seguros de que había otros espíritus con los que hablar. Y entonces nos dimos cuenta: habíamos profundizado enseguida en complejas cuestiones de «grupo» cuando, para ser instructivo, es preferible empezar abordando los aspectos esenciales. Antes que cómo fundar un grupo o cómo actuar en grupo debíamos preguntarnos: «¿Qué es un grupo?», «¿Por qué un grupo?», «¿De dónde sale el grupo?» y «¿Qué empuja a alguien hoy por hoy a dedicarse a una tarea tan arcaica y seguramente irrelevante?».

Nos dijimos que debíamos invocar a uno de los precursores del género para que nos aclarara todas esas dudas. Después de trampear un poco, nuestra médium logró contactar con alguien que decía ser el espíritu de un hombre conocido en su día como Richard Berry. El compositor de «Louie, Louie» parecía excepcionalmente capacitado para satisfacer nuestros propósitos. Berry no se apareció literalmente, pero la mesa se tambaleó y se oyó un sonido lejano de cadenas. Finalmente escuchamos un

profundo gemido, como un viento fuerte que doblara un árbol viejo. Empezamos con las preguntas.

¿Qué es exactamente el rock?

Richard Berry: Originalmente el rock fue un producto de la cultura estadounidense y, por lo tanto, su historia está marcada por las mismas particularidades y circunstancias que la historia de su país de origen. Estados Unidos es un país fundado sobre los principios del individualismo, la rebelión, la evangelización, la supremacía blanca, la esclavitud negra, la aniquilación de las culturas nativas, el expansionismo, el comercio y la industria, valores que tuvieron un papel destacado en la gestación del principal y sin duda mejor producto de exportación cultural de Estados Unidos.



Junto con la comida rápida, el grupo de rock es el elemento diferencial de Estados Unidos, y su modelo se ha reproducido de manera entusiasta en todo el mundo, con un gran coste para los individuos implicados y a cambio de unas recompensas aparentemente muy pequeñas. Resulta significativo y peculiar que la banda de rock se haya convertido en una embajadora cultural, a pesar de su reputación como organización amoral y de los omnipresentes estímulos para que se «comporte mal», con transgresiones específicas como una sodomía hercúlea y el uso extravagante de sustancias ilegales de contrabando.

Los orígenes del grupo de rock, su uso como producto de exportación cultural de primer orden y su popularidad internacional solo pueden entenderse en el contexto de la época en que dicha entidad adquirió preeminencia: durante la Guerra Fría y la ocupación militar de grandes zonas del planeta por parte de Estados Unidos tras la Segunda Guerra Mundial.

Desde el principio, la historia de Estados Unidos ha sido una historia de expansionismo. La compra de Luisiana, las «Guerras Indias», la Guerra de 1812, la Guerra contra México, la Guerra hispano-estadounidense, los Territorios del Noroeste, Alaska, la anexión de Hawai, la Guerra de las Filipinas, etcétera, constituyeron operaciones típicas de expansión imperialista, acompañadas a menudo por actitudes criminales, cuando no directamente genocidas. Todo ello hacía necesario encontrar una ideología que justificara dichas actividades en la conciencia de sus perpetradores. Por ese motivo surgió la idea del «Destino Manifiesto», una doctrina supremacista según la cual los estadounidenses blancos, o arios, tenían derecho a repartirse el botín de la Tierra. La doctrina se impartió en Harvard y en las escuelas más ilustres de las élites dominantes del país hasta bien entrado el siglo xx.

Sin embargo, tras la guerra contra la Alemania de Hitler, la supremacía blanca (o la «carga del hombre blanco») en tanto que fuerza civilizadora dejó de ser una ideología que pudiera blandirse de forma explícita. Las teorías religiosas y raciales, componentes básicos del imperialismo expansionista, habían pasado de moda. La clamorosa victoria de la URSS sobre Alemania en Kursk, Stalingrado y Berlín

pareció armar de razones las proclamas soviéticas que preconizaban la victoria proletaria en una lucha de clases titánica contra el capitalismo imperialista.

El fascismo, llamado también «corporacionismo», había sido la medida de emergencia del capitalismo ante el auge del socialismo, que gozaba de una amplia implantación tras la Primera Guerra Mundial, cuando se declararon varias repúblicas soviéticas en Rusia (y brevemente también en Baviera, Hungría y Berlín) que dejaron a la clase dirigente aterrorizada ante la posibilidad de su propia extinción. El fascismo se apropió de parte de la retórica y de los programas sociales del socialismo, pero los combinó con una sensibilidad nacionalista mística y la confabulación del capital privado con las estructuras autoritarias de estado. Los resultados del experimento fascista fueron diversos. Mientras que la versión de Roosevelt, conocida como New Deal, fue un éxito rotundo, no se puede decir lo mismo de los modelos alemán, italiano, rumano, húngaro y japonés, si bien entre todos lograron conjurar la tan temida insurrección «roja».

Aunque el fascismo había logrado frenar la ascensión del proletariado, la vanguardia cosmopolita seguía cautivada por el modelo radical comunista, que fomentaba los derechos de la mujer, rechazaba el nacionalismo y prometía atención sanitaria y educación universales. Las películas de Eisenstein y Dziga Vertov, y los collages de El Lissitzky y Rodchenko hicieron mucho por cimentar dichas lealtades.

Para diferenciarse positivamente de los derrotados nazis, Estados Unidos se reinventó como un «crisol de la humanidad», un lugar donde todas las culturas se disolvían y fusionaban en un *unum* (surgido del *pluribus*).

Sí, y de esa fusión nació el rock...

Ejem... Permítame continuar, por favor.

Sí, cómo no.

Durante la era imperialista, las herramientas del capitalismo para subyugar al mundo preindustrial habían sido las misiones religiosas, los acuerdos comerciales, las invasiones militares y/o la dedocracia. El nuevo clima de la Guerra Fría, sin embargo, obligaba a un cambio de estrategia. La retórica de la raza blanca civilizadora tenía un serio competidor (la propaganda soviética) y los anticolonialistas, que hasta entonces habían luchado a machetazos contra las metralletas, disponían ahora de un patrón que, además, actuaba también como traficante de armas: la URSS. Los soviéticos financiaron por sí solos el gran movimiento de descolonización que marcó la segunda mitad del siglo xx. Mientras tanto, en la Europa occidental, los comunistas habían constituido la vanguardia de los movimientos de resistencia antifascista, de modo que, en el escenario inmediato de posguerra, sus partidos políticos eran los que gozaban de credibilidad y contaban con el apoyo de los trabajadores.

De ahí el poder de la Unión Soviética en esa parte del mundo.

La élite «occidental» observaba con gran preocupación lo que en su día había sido

Rusia, la traicionera exiliada de su selecto club. Tras cientos de años de explotación ininterrumpida, la capacidad del mundo occidental para saquear y humillar a los pueblos mecánicamente menos desarrollados del mundo se había topado con un escollo. La confrontación parecía inevitable, pero la historia demostraba que intentar una invasión de Moscú era una locura. La clave, pues, consistía en ganarse «los corazones y las mentes» de la gente, y para ello empezó una «guerra fría» de propaganda, sobornos e insidiosa infiltración cultural. La camarilla que ostentaba el poder en Estados Unidos tenía que encontrar un producto de exportación que convenciera a los bolcheviques de todo el mundo de que «no hay mejor estilo que el estilo americano».

El Plan Marshall, conocido también como Programa de Recuperación Europea, constituyó el primer paso en esa dirección. Dicho plan se basaba en la concesión de ayudas económicas estadounidenses para que el Viejo Continente resurgiera de entre las ruinas de la guerra, los bombardeos aliados y las medidas punitivas derivadas de los tratados de posguerra. El plan se centraba en la subvención masiva de materias primas estadounidenses con el objetivo de convertir la Europa occidental en un socio menor de la hegemonía global y anticomunista de Estados Unidos, además del principal consumidor de cultura y productos estadounidenses. El Plan Marshall fue también un soborno para rechazar las tesis soviéticas y un intento de crear las infraestructuras necesarias para garantizar el papel dominante de Estados Unidos en la región.

Los utópicos gobiernos «eurocomunistas» que accedieron al poder durante aquellos días felices ofrecieron una existencia pastoral a sus habitantes, con programas socialistas de educación y atención sanitaria universal, largos períodos vacacionales, arte para las masas y una policía tolerante. La Europa occidental se convirtió en un escaparate diseñado para exhibir todo el esplendor, el confort y las facilidades de una vida de sumisión al orden capitalista estadounidense.

Dichos gobiernos parecían idílicos, pero nunca fueron revolucionarios. Tras la caída del bloque soviético, huérfanos de un enemigo que promulgara un dogma contrario, los estados del bienestar europeos (en su día la envidia del mundo) fueron lentamente desmantelados para consternación de sus habitantes. Con la disolución de la URSS y la derrota del comunismo, la clase dirigente volvió a verse libre de manos para degradar a sus súbditos sin temor a una resistencia ideológica coherente u organizada.

La atención sanitaria universal y los gobiernos benevolentes con los países de la OTAN formaron parte de una breve campaña propagandística ideada con el objetivo de promover la fantasía del capitalismo en tanto que sistema decente y moral. En cuanto la batalla terminó, volvió el manido mantra de las tensiones presupuestarias, los extranjeros malvados, los sindicatos corruptos y la mano de obra estúpida. A continuación llegaron las medidas de austeridad. La *dolce vita* del mundo occidental de posguerra no fue más que una operación de escapatismo para el público eslavo y

del Este.

Pero el estado del bienestar capitalista no bastaba para acabar por sí mismo con la amenaza soviética. Los gobiernos-niñera «socialdemócratas» no constituyeron más que concesiones a los cantos de sirena del bolchevismo. Dichos gobiernos tenían que ir de la mano de un producto de exportación estadounidense que infundiera una sensación de anhelo sexual y, al mismo tiempo, un respeto por la brutalidad del capitalismo.

Estados Unidos necesitaba exportar una forma artística y un estilo de vida capaces de seducir a los simpatizantes del bolchevismo en las naciones capitalistas y, al mismo tiempo, de instilar una sensación de envidia, temor y humillación en los habitantes del bloque soviético. Además, debía vincular esa forma artística a la promesa de un «estilo de vida» que conectara con el individualismo y la «libertad» mística del mundo capitalista, y que llevara a los afectados a racionalizar la brutalidad del desempleo sistémico, las grotescas discriminaciones raciales y un sistema de clases indefendible que otorga claramente todos los privilegios a una casta ungida.

¿Y cuál era esa nueva arma?

¿Qué podía seducir al mismo tiempo a la intelectualidad y a la plebe? Solo había una cosa capaz de lograrlo: el rock se iba a convertir en esa arma nueva e insidiosa.

IV

De la pandilla a la banda

Las teorías de Berry acerca de los orígenes del rock, aunque poco ortodoxas, parecían ciertamente plausibles. La explicación típica del género termina siempre con la apropiación por parte de los blancos de la música blues negra, que había migrado hacia el norte desde la región del Delta del Misisipi. Así pues, esta variación geopolítica de los acontecimientos constituía una provocación radical. Pero ¿qué otros elementos, además de los geopolíticos, se ocultaban tras el surgimiento del grupo de rock? En ese momento, una vaga aparición que aseguró ser la manifestación espectral de Mary Wells empezó a explicar una nueva teoría sobre el origen de las bandas. Mary Wells siempre ha sido una de nuestras cantantes preferidas, de modo que sus conocimientos fueron muy bien recibidos. Su espíritu, o por lo menos el espíritu que se presentó como tal, se comunicaba escribiendo palabras en la pared con espaguetis al dente.

Ya sabemos que el rock se usó como arma durante la Guerra Fría. Pero ¿qué hay de su forma? No la inventó el gobierno.

Mary Wells: Generalmente se considera que hay que buscar los extraños y terribles orígenes del grupo de rock en los músicos de blues y en dicho género musical. Por ello, las bandas de rock contemporáneas siguen venerando esa música y a sus héroes, algo que se puede ver en las versiones de canciones blues, y en la repetición de los temas y convenciones del género. Pero el verdadero origen del «grupo» tal como lo conocemos y desde el punto de vista del modelo de organización, es la pandilla urbana. El sistema de valores del grupo, su naturaleza elitista y la sensación de encontrarse «fuera de la ley», su desdén por la sociedad en general y su odio hacia las figuras de autoridad tienen su origen en la herencia de la delincuencia juvenil.

Durante el período de urbanización e industrialización, las pandillas callejeras proliferaron en todos los suburbios de Estados Unidos. La pandilla o «club social», que a veces representaba también a una etnia particular, protegía el barrio, intentaba demarcar el territorio, iniciaba a los adeptos, diseñaba y dibujaba insignias, celebraba reuniones y organizaba enfrentamientos con pandas rivales o encuentros con clubes aliados.

El estilo era el aspecto más importante de dichas organizaciones. Muchas tenían un escudo de armas muy bien diseñado además de símbolos de identificación, jerséis o chaquetas a conjunto, y tarjetas de visita. Había una jerarquía estricta que diferenciaba el núcleo (formado por el líder, sus lugartenientes y subalternos), los soldados de campo, las «debutantes» (o pandillas femeninas auxiliares) y los soldados «enanos» (iniciados jóvenes, a menudo preadolescentes).

Así pues, ¿el rock tiene orígenes violentos?

La vida ritual, incluso de las pandillas más violentas, se basaba en una agresividad más implícita que real, del mismo modo que una banda de música rara vez hace música y no está formada por «músicos» en el sentido comúnmente aceptado del término.

Como sucede con el ejército de cualquier nación civilizada, la función típica de la pandilla es más la amenaza violenta que en una agresividad real. Los militares de países como Bélgica, Suecia, Tailandia o Argentina rara vez entran en combate o lanzan sus reservas de napalm sobre poblaciones indefensas. Solo los países bárbaros, como por ejemplo los Estados Unidos de América o Israel, emplean regularmente sus ejércitos como instrumentos de muerte. Actualmente, incluso las artes militares se limitan a controlar a las masas, garantizar la propiedad privada y reprimir a la población civil. De ahí que el término moderno «acción policial» haya sustituido al de «guerra». La pandilla común actuaba del mismo modo.

Pero las pandillas no eran tan omnipresentes como las bandas actuales, ¿o sí?

Durante la primera mitad del siglo xx, las pandillas callejeras en Estados Unidos se contaban por decenas de miles, y sus dimensiones variaban desde el puñado de miembros hasta los batallones al estilo de los sindicatos, con multitudinarias cohortes armadas. En el Bronx, algunos de los clubes más conocidos eran los Fordham Baldies, los Ducky Boys, Guinea Dukes y los Hot Boyz. En Chicago estaban los Almighty Gaylords, los Latin Kings, los Vice Lords, los Blackstone Rangers, los Devil's Disciples, los Black Gángster Disciples y los Young Lords. En



Los Ángeles había pandillas como Blood Alley, los Businessmen o la Slauson Gang, que contaba con cinco mil integrantes, los «cholos» de la calle 18, los Avenues y White Fence. Cada gran centro industrial contaba con cientos de organizaciones similares y, como sucede con las bandas, sus nombres y miembros se encontraban en flujo constante a medida que se iban fragmentando en pandillas rivales o aliadas.

¿Había tipos distintos de pandillas?

En el sur de California las pandillas solían adoptar la forma de «clubes automovilísticos», entre ellos los «lowriders», una subcultura motorizada que posteriormente bandas como Thee Midneters y los Beach Boys inmortalizarían en canciones como «Whittier Blvd.», «Our Car Club» o «Shut Down». Cuando las pandillas callejeras se convertían en grupos musicales, conservaban su chovinismo local: nótese que aún hoy las bandas de música citan su lugar de procedencia al subir al escenario.

La pertenencia a esas pandillas resultaba atractiva por muchos y evidentes motivos, pero sobre todo porque, como sucedía también con los grupos de rock eléctrico que engendraron las pandillas, absolvía al individuo de cualquier responsabilidad. Como las grandes empresas y los partidos políticos, la pandilla callejera era una organización maleable, cuyo rostro público y representantes cambiaban según las necesidades.

Las pandillas y la cultura que representaban estaban tan extendidas que dominaban los éxitos de ventas y las salas de cine, donde abundaban las películas sobre pandas de delincuentes juveniles, como *Rebelde sin causa*, *Semilla de maldad*, *Young & Wild* y *Sed de mal*, por nombrar solo algunas. La primera música rock incluía muestras de protesta por la presunción de criminalidad de los músicos (véase «I'm Not a Juvenile Delinquent»). Incluso aparecieron musicales en Broadway sobre este fascinante fenómeno de la vida en Estados Unidos.

¿Y cuál era el objetivo de las pandillas?

En palabras del sociólogo Frederic Thrasher, «la forma más rudimentaria de actitud

colectiva en las pandillas es la interestimulación y la retroalimentación entre sus miembros, las actividades motrices desenfadadas, las “charlas”, los ensayos generales de futuras aventuras y las “sesiones pornográficas”. Los miembros pueden holgazanear y convertir esta inactividad en una celebración comunitaria, con apuestas, alcohol, tabaco o sexo. En este tipo de actitudes, la pandilla muestra y desarrolla sus entusiasmos y su espíritu, su *esprit de corps*». (*The Gang: A Study of 1 313 Gangs in Chicago*, 1927, University of Chicago Press).

Las pandillas urbanas eran en gran parte indigentes, por lo que una de sus actividades principales consistía en pasar el rato apostadas en alguna esquina. En su momento, ese era un lugar que les dio visibilidad: las zonas residenciales aún no estaban desarrolladas, los automóviles todavía no eran una necesidad y la gente aún iba de un lugar a otro andando. La atención era uno de los intereses primordiales para estas unidades. De hecho, su función principal seguramente consistía en llamar la atención.

Cantar era una forma de lograr ese objetivo, por lo que una de las actividades más comunes de los pandilleros era cantar en las esquinas de forma armónica o, cuando menos, al unísono con el resto de los miembros de su club callejero. Este tipo de música, los cantos armónicos, se realizaba en grupo y sin acompañamiento, y no eran necesariamente ni blues ni jazz. De hecho, por lo general se parecía más a las canciones que cantaban los presidiarios del sistema penitenciario de Estados Unidos y a la música *gospel* negra que al blues de quienes emigraron al norte desde el Delta del Misisipi siguiendo el río.

¿Te refieres a la música doo-wop?

Sí. El *doo-wop* tiene su origen en la calle, y las bandas, a veces electrificadas, surgieron de ahí. Las primeras canciones rock llevaban aún el sello de los cantos y silbidos de patio de recreo. Tenían un estilo absurdo, basado en el diálogo, y buscaban la carcajada: una versión musical de las guerras de insultos.

V

La invasión

Mientras Mary Wells nos ofrecía su espléndida explicación sobre los orígenes del modelo de banda, un espíritu que aseguró pertenecer a *sir* Paul McCartney la interrumpió y empezó a abordar la siguiente fase de la evolución histórica. «¡Entonces los rumores eran ciertos!», bromeamos. El espectro nos explicó que aunque Paul no está muerto, pasa mucho tiempo en el mundo de los espíritus mientras medita o cuida de su jardín en Escocia.

McCartney corroboró muchas de las cosas que Wells había expuesto a través de

su caligrafía de espaguetis. Él eligió comunicarse a través de las bombillas de la habitación, que apagaba y encendía siguiendo una especie de código morse espectral.

¿Cómo lograron los Beatles, y los británicos en general, colonizar y dominar el rock 'n' roll, cuando este provenía de Estados Unidos?

Paul McCartney: Después de la guerra los británicos descubrieron las formas musicales estadounidenses, pero estas les llegaron en gran medida descontextualizadas. Conocieron el blues al mismo tiempo que el rock, y muchos británicos combinaron esos estilos en un todo. Para ellos, formaban parte de una misma cultura exótica. Los primeros Beatles grabaron alegremente versiones de Cari Perkins, Arthur Alexander, las Shirelles, Buck Owens, Little Richard y los Donays, algo que para los estadounidenses representaba una mezcla a menudo contradictoria de rockabilly, R&B, country, country-blues, soul y bandas de chicas o «debutantes» que cantaban serenatas a sus amantes trogloditas en las esquinas.



Pero ¿por qué lograron tanto éxito los británicos en su interpretación de este tipo de música?

La clase media estadounidense, obsesionada con la «brecha mental» que la separaba de los soviéticos (como atestigua el libro de moda de la época, *What Ivan Knows That Johnny Doesn't*), rechazaba ese tipo de canciones, que consideraba balbuceos primitivos, equiparables a las revistas obscenas, el chicle, los bailes de instituto, los ritmos tribales africanos y el cine de explotación de los autocines. En su opinión se trataba tan solo de otra manifestación de la cultura basura, una muestra más de la antiintelectualidad y la degeneración cerebral de sus jóvenes.

Sin embargo, cuando los grupos británicos (y en particular los Beatles) reintrodujeron esa basura en Estados Unidos como algo excitante, divertido y fascinante, se produjo una histeria de masas, una conmoción, una «manía» que se expresaba con lloros compulsivos y gritos histéricos en los conciertos. ¿Por qué tuvo ese efecto? Cuando los británicos recrearon las obscenidades criminales y psicosexuales americanas de forma aduladora, las clases medias estadounidenses reaccionaron con perplejidad y disgusto, aunque con el tiempo terminaron por obedecer sumisamente las órdenes.

¿Obedecer sumisamente?

Estados Unidos era y sigue siendo esclavo de los británicos. El berrinche adolescente de los padres fundadores conocido como «Revolución estadounidense» sigue siendo aún hoy motivo de oprobio para sus descendientes. No hay nada que los estadounidenses amen más que a los ingleses. En Estados Unidos existe una profunda sensación de culpa, un remordimiento obsesivo por la rebelión.

Los estadounidenses no se rebelaron ni contra los elevados impuestos ni para

apropiarse de su propio destino, sino porque se sentían indignos de ser súbditos británicos. Nunca desearon una ruptura total, siempre imaginaron que conseguirían un reacercamiento a su figura paterna/amante/monárquica.

Aún hoy están molestos con los franceses por su ayuda a la hora de obtener la independencia. Por eso todo lo que viene de Francia se recibe con desdén en Estados Unidos, donde los franceses son tildados de socialistas, esnobs, gandules, afectados, extraños y desaseados.

En resumen, la clase media estadounidense solo podía aceptar esa basura delincuente de clase baja si les llegaba reproducida y reformulada por intérpretes británicos. Y aunque algunas mentes aviesas descubrieron cuáles eran las raíces de la música, casi todo el mundo escuchaba las versiones británicas, mucho más sosas.

Así pues, ¿los Beatles mediaron entre las clases estadounidenses?

La única forma de que los adolescentes de clase media en Estados Unidos aceptaran en masa y reprodujeran ese estilo musical era reintroduciéndolo entre los yanquis de la mano de alguien distinto a sus creadores originales, casi todos ellos negros, campesinos blancos del sur o gente de un modo u otro «exótica».

Aunque ese tipo de música había nacido en su seno, la mayoría de los estadounidenses eran incapaces de apreciarla. Les cegaban sus prejuicios, su sistema de clases, sus papeles sociales aniquiladores y la obsesión americana por la autenticidad. Los británicos, a quienes los estadounidenses adoraban y consideraban no solo culturalmente superiores, sino incluso sus mentores, eran el mensajero perfecto para animar a los adolescentes de clase media de Estados Unidos a empezar a hacer rock.

Los británicos, libres de la lacra de la esclavitud e indiferentes a las tensiones raciales y de clase que se vivían en Estados Unidos, se sintieron libres para imitar sus discos preferidos, con independencia de quién los hubiera creado, y se permitieron un nivel de «interpretación» vocal con el que los americanos no se sienten cómodos aún hoy, pero que en cambio sí toleran en sus superiores británicos. Durante los sesenta, el cantante de rock estadounidense caucásico cantaba todavía con un deje de folk blanco, mientras que sus colegas británicos versionaban sin ningún tipo de pudor a Jerry Butler, a Sam Cooke o a Don Covay. Esa tendencia se observa de nuevo hoy en día en la escena hip-hop blanca a nivel internacional.

Paradójicamente, y aunque los británicos alcanzaron el éxito imitando a artistas de rock 'n' roll estadounidenses (generalmente negros), en Estados Unidos eran admirados por su procedencia, por lo que exageraban el acento británico al tiempo que imitaban a negros y sureños. De esta confusa idolatría por lo inglés surgió la explosión de las «bandas de garaje» en Estados Unidos, que aún no ha amainado. En cuanto los vástagos de clase media empezaron a producir música, Estados Unidos pudo presentar el rock como una expresión cultural global: ya no era basura degenerada, ni música negra colonizada, sino el arte folk americano que iba a tomar

la Tierra.

La confusión que llevó a los estadounidenses universitarios hasta el rock los empujó a inventar una nueva genealogía para ese estilo musical. Para ellos, el rock se convirtió en «el hijo del blues», y enseguida los músicos de blues se prestaron a dar argumentos que apoyaban esa versión. John Lee Hooker dijo: «El twist no es más que el *shimmy* de antaño». Muddy Waters aclaró: «El blues tuvo un bebé y lo llamaron rock 'n' roll». Sin embargo, nunca explicaron los detalles de ese bienaventurado acontecimiento. ¿Quién es el padre, por ejemplo? Sobre este detalle, el de la paternidad del rock, ha habido siempre una deliberada imprecisión. Según Mary Wells, el rock tiene muchos progenitores, entre ellos, las facciones de delincuentes juveniles que dominaban las zonas urbanas de todo Estados Unidos. Las pullas, las consignas absurdas, los lamentos y las canciones de rencor y violencia que arrasaron las listas de éxitos adolescentes en los años cincuenta y sesenta no eran solo herencia del blues, sino también excrecencias y expresiones de las pandillas de moda. Los roqueros de segunda generación (como John Phillips y Frank Zappa) fueron también productos de esta cultura pandillera.

O sea que se invoca a los orígenes pandilleros de los grupos de música como un tótem de lo peligroso y lo auténtico.

En la segunda oleada del rock 'n' roll, a principios de los sesenta, las temáticas pandilleras ya se habían codificado y se habían convertido en guiños nostálgicos e incluso horteras dirigidos a los progenitores de las bandas, que estaban perdiendo terreno (y relevancia efectiva) a manos de su prole de «pandillas» comerciales.

Aun así, «He's a Rebel», «Out in the Streets», «Leader of the Pack», «Bad Boy», «Chicos Girl», «Nightmare», «Rumble» y decenas de canciones más atestiguan la influencia constante que los clubes callejeros ejercieron en la vida adolescente urbana de los sesenta. De hecho, ningún joven de las zonas donde el rock comenzó a gozar de popularidad podía ignorar la existencia de pandillas y de una cultura pandillera.

Pero esta metamorfosis, de camarillas de delincuentes a grupos musicales que pronto empezaron a colocar discos en las listas de éxitos, no resulta tan chocante si tenemos en cuenta que la Mafia controlaba la música independiente de la época. El crimen organizado invertía muchos esfuerzos en la publicación musical, las grabaciones piratas y los *jukebox*, máquinas de blanqueo de dinero sumamente eficaces. Además, los miembros de las pandillas actuaban a menudo como correos y chicos de los recados de la Mafia.

La exitosa reintroducción del rock por parte de los británicos supuso el saneamiento de otra experiencia que pasó a ser apropiada para la llamada clase media estadounidense. De pronto, el gran público podía acercarse de forma segura no solo al blues, sino también a las pandillas callejeras, dos ámbitos hasta aquel momento prohibidos, o por lo menos vetados a la participación ocasional. El grupo de rock se convirtió en la puerta de entrada a esas esferas exóticas. El prototipo de «club social»

dio lugar al paradigma de las «bandas» modernas, que coexistió durante un tiempo con sus predecesores: los clubes automovilísticos, los clubes sociales, los clubes de moteros y las pandillas más o menos criminales, cuyo modelo había servido de inspiración. Con el tiempo, sin embargo, terminó eclipsándolos y reemplazándolos. Era más eficiente, más útil...

¿Y menos peligroso?

Las luchas organizadas se vieron reemplazadas por conciertos; los locales de pandillas por locales de ensayo; y los «colores» de las organizaciones callejeras por el logo del grupo pintado en el bombo de la batería. Al mismo tiempo, las bandas conservaron el aspecto y la cosmovisión de los clubes callejeros.

El aval inglés hizo que unos modelos hasta entonces rechazados se convirtieran en un paradigma a emular entre la burguesía, algo en lo que incluso los padres más carcas apoyaban a sus hijos.

¿Podríamos decir que esa invasión inglesa fue una conspiración?

Sí. Fue una brillante estrategia para reconfigurar el modelo de club callejero popular y convertirlo en una empresa comercial capaz de canalizar las tendencias antisociales y fomentar la lealtad a los valores de mercado.

Al fin y al cabo, uno de los aspectos definitorios de las pandillas era su negativa a realizar trabajos normales y corrientes. Sus miembros eran delincuentes juveniles. Aunque su actividad solía incluir el robo de tapacubos, atracos a debiluchos y la compraventa de productos de contrabando su actividad principal consistía en pasar el rato. La banda de música (que tenía un producto que vender y, por lo tanto, era contratada como mano de obra) era una variación industrializada, comercial, de la pandilla callejera, aunque en este caso debía demostrar constantemente su valor, ya fuera en las listas de éxitos o en tanto que generador de conciertos. Tenía una función práctica de control de la juventud y de propagación de la ética protestante, pero en realidad los motivos de la ubicuidad cultural de la banda de música van más allá de estas trivialidades.

Durante la Guerra Fría, Estados Unidos necesitaba presentarse ante la intelectualidad del mundo como un lugar donde se generaba cultura real. Ciertamente, había industria e innovación, ascensores y escaleras mecánicas, chismes y artilugios que eran la envidia de consumidores y comerciantes de todo el mundo, pero la vanguardia internacional, altamente influyente a la hora de modelar la opinión pública, miraba por encima del hombro a un país que no era sino un experimento sobre el egoísmo personal.

El gobierno de Estados Unidos volcó todos sus esfuerzos en intentar demostrar lo contrario. El famoso mecenazgo de la CIA para con la revista *París Review*, el expresionismo abstracto, la revista *Encounter*, etcétera, pretendía demostrar que el capitalismo estadounidense era capaz de promover una vanguardia y proponer una

alternativa apolítica (léase: no izquierdista) al surrealismo, constructivismo, dadaísmo, y realismo social comunistas. Pero con eso no bastaba. La banda de rock sería el golpe de gracia que empujaría al planeta entero a aceptar la hegemonía capitalista liderada por Estados Unidos.

VI

Panterismo

En aquel momento se entrometió el espíritu de Buddy Holly. El espigado músico tejanero no se hizo literalmente visible, aunque su afabilidad y bondad eran casi palpables. Sin embargo, la imagen que pintó de los Estados Unidos de mediados de siglo fue la de un lugar sórdido, oscuro y peligroso.

En esta ocasión, el espectro garabateó las palabras con sal y pimienta en el suelo. El menor estornudo o acceso de tos podía alterar la distribución de los cristales y los granos molidos a medida que iban formando frases, de modo que transcribimos el mensaje rápidamente, tapándonos la nariz.



Buddy Holly: Con la evolución de los grupos, y si bien no desaparecieron por completo, las pandillas se sintieron amenazadas y empezaron a cambiar, a menudo paralelamente a los primeros.

Cuando las antiguas bandas de *doowop* se volvieron eléctricas e incorporaron instrumentos y «equipos», muchos clubes callejeros adoptaron la motocicleta. La propiedad infundía respeto. De repente aparecieron multitud de películas sobre moteros (*The Wild Angels*, *Teenage Devil*, *The Black Rider*, etcétera) que ofrecían una visión romántica de las hazañas de estos clubes de «forajidos», como los Gipsy Jokers, los Galloping Gooses o los Chosen Few. Estos eran «el sucio uno por ciento»

o «los inadaptados», grupos continuadores de la tradición elitista de los clubes callejeros y de sus señores de la Mafia. Su desprecio estaba dirigido no solo a la autoridad, sino también a los «currantes».

Cuando el movimiento proderechos civiles cobró impulso y las políticas de autodeterminación se hicieron más explícitas, llegó el momento de las pandas de negros y chicanos. Se fundó el Partido Panteras Negras de Autodefensa, con un legado evidente de las pandillas callejeras, que a su vez inspiró a todas esas organizaciones a desarrollar una sensibilidad más abiertamente política, por lo menos estéticamente. Los Vice Lords de Chicago se convirtieron en Vice Lord Nation, los Blackstone Rangers se metamorfosearon en los Black P. Stone National y los Young Lords se convirtieron en el Young Lords Party. Con el tiempo, los infiltrados del COINTELPRO (Programa de Contrainteligencia) y el señuelo del capitalismo empujaron a estas organizaciones a convertirse en cárteles de la droga.

Bunchy Cárter, antiguo jefe de una inmensa pandilla callejera conocida como los Slauson Renegades, fundó la sección del Partido Pantera Negra en el sur de California antes de morir asesinado en un enfrentamiento con la Organization Us, del movimiento *Black Power*. Us había nacido de una pandilla callejera de Los Ángeles conocida como los Gladiators. Ambos grupos contaban con agentes del FBI infiltrados entre sus filas. A medida que las pandillas fueron desarrollando una mayor conciencia política, las bandas de rock las imitaron, como sucedió con el White Panther Party del grupo MC5, que proponía un programa de diez puntos y del que más tarde surgió una secta (Zenta), o Parliament/Funkadelic, que durante una época fueron acólitos de la Process Church. Pero la mayoría de los grupos de rock, como sucedió con las pandillas, o bien se decantaron por el anarquismo (por ejemplo los Fugs) o bien prestaron su apoyo a alguna de las maquinarias políticas promovidas por sus capos mafiosos —como cuando Tommy James & the Shondells hicieron campaña a favor de Hubert Humphrey.

Pero fío todas las pandillas evolucionaron hacia la política o la música.

Algunos grupos callejeros eran recalcitrantes, particularmente en el Bronx, y tardaron más en transformarse. Los Savage Skulls, los Royal Javelins, los Supreme Enchanters y los Bachelors terminaron pasando por el aro y se transformaron en grupos de hip-hop o *breakdance* como los Treacherous Three, los Furious Five, los Herculoids y Universal Zulu Nation, apuntándose tardíamente a una tendencia que había empezado unas dos décadas antes con los grupos vocales de *doo-wop*.

La moda punk rock de mediados de los setenta supuso no solo una apropiación del imaginario de las pandillas, sino también, en parte, un producto de los barrios de Nueva York infestados de estas bandas callejeras. Los New York Dolls, progenitores del punk rock, habían sido pandilleros. Esta vez, sin embargo, las bandas optaron por olvidar sus orígenes o referirse a ellos solo de forma irónica y hortera, como en «I'm the Leader of the Gang (I Am)», de Gary Glitter.

Esas organizaciones siguen existiendo, naturalmente, entre los grupos de raza y de clase que han abandonado el modelo rock. A medida que el hip-hop se fue reduciendo a una expresión puramente personal y los «grupos» de rap fueron desapareciendo, las pandillas se reactivaron. Así pues, el ocaso del «grupo» coincidió con la revitalización de la pandilla.



VII

¿Por qué rock?

El siguiente en hablar con nosotros fue Jimi Hendrix, y se lo agradecemos particularmente. Las temporadas que pasó tocando en famosos locales de R&B antes de fundar Experience le proporcionaron una visión preclara sobre lo que significa montar un grupo.

Su espíritu se manifestó en forma de brisa que agitaba las cortinas, pero se mostró muy locuaz.



¿Por qué rock?

Jimi Hendrix: Algunas personas contemplan cuadros. Otras leen poesía. Otras enseñan sus grabados. Todos ellos son pasatiempos perfectamente válidos, pero nada propios de Estados Unidos. Yo llegaría incluso a afirmar que los estadounidenses que se declaran amantes de las bellas artes lo hacen en gran medida por pose, porque se avergüenzan de su provincianismo colonial. El arte moderno, o el arte abstracto y conceptual, es un invento de la Europa central y del Este que responde específicamente a su sensibilidad matemática casi oriental. La pintura al óleo tiene a los maestros flamencos, la música clásica es teutona y la ópera es de importación italiana.

El rock, en cambio, es un arte estadounidense, hijo de la Revolución Industrial, del uso de la electricidad y del mestizaje de varias culturas pobres, explotadas y poco menos que esclavizadas en Estados Unidos. El rock es una celebración y al mismo tiempo una condena de la cultura basura, la lucha de clases y los privilegios imperiales.

Pero ¿por qué montar un grupo?

Desde luego, existen motivos para preguntarse qué necesidad hay de fundar otra banda de rock. De hecho, a estas alturas el rock puede parecer una actividad despreciable, o cuando menos un pasatiempo singularmente vergonzoso: por su lascivia, por las muecas, por su simplicidad, falta de sentido, monotonía y estridencia, por el exceso de bandas, por el mangoneo contractual, porque todas las bandas parecen estar pagadas de sí mismas y detestarse al mismo tiempo, por su política reaccionaria, porque los intérpretes convierten a los espectadores en objetos, porque son empalagosas, porque copian y por su narcisismo, cosas todas ellas que deberían animar a cualquier persona mínimamente inteligente a salir corriendo en dirección opuesta y a renunciar a cualquier tipo de flirteo con el pasatiempo del «grupismo».

Lo cierto es que la variedad moderna del grupo de rock suele ser una entidad tonta, predecible, sin alma y francamente aburrida, compuesta por hijos de banqueros que estudian en escuelas privadas y que se pavonean en el escenario interpretando un pastiche pasable de los discos que algún crítico sin demasiado tino se llevaría a una isla desierta. Los grupos que citan como influencias son cada año más banales.

Y esos críticos (personas que escriben sobre música) suelen ser sus valedores y tienen muy poco (por no decir ningún) sentido de la historia o del propósito de la música. Aunque ellos creen que escriben sobre bandas de música en su blog o revista, lo que hacen en realidad es retratarse a sí mismos y su relación fortuita con la música. Se trata de un ejemplo perfecto de en qué se ha convertido esta forma artística: un ejercicio inútil, tan estéril como estúpido, que se autoperpetúa.

Pero no tiene por qué seguir necesariamente este camino. Si pensamos en subculturas, ya sean los beatniks, los hippies, los cowboys urbanos, los B-boys, los rastafaris, los góticos, los mods, los skaters o un millón de tribus más, lo primero que

nos viene a la mente es la banda sonora musical elegida por los iniciados de cada tribu concreta.

Cada uno de estos modos identitarios postindustriales es sinónimo de algún movimiento o estilo musical. Y, sin embargo, no empezaron como tal. Todos estaban formados por un grupo de parias con una ideología y estética particulares, entre las que la música podía figurar o no hacerlo.

Los surferos, por ejemplo, eran unos degenerados existencialistas que aborrecían la intelectualidad, el consumismo y las ideas normativas sobre la jerarquía y el éxito. Su forma de expresar este desdén, o tal vez de desarrollarlo, era hacer surf, una actividad —de la que hace ya tiempo se ha apropiado el mundo del deporte— en la que los hawaianos fueron pioneros y a la que sus participantes otorgan una notable cualidad espiritual: el surfero busca la comunión con Dios, que adopta la forma temporal de ola. Sin embargo, y a pesar de compartir la antipatía por el sistema y otros valores que convergían en el antiintelectualismo sensual y la temeridad, así como también un dialecto y un estilo de vestir exclusivos, estos indigentes sociales no se consideraban a sí mismos «surferos», por lo menos no más de lo que quienes van en coche se consideran «conductores» o los que comen, «comensales».

¿Los surferos no sabían que eran surferos?

En ese momento metió baza el espectro de Jim Morrison, cantante de los Doors y antiguo habitante del sur de California. Las técnicas teatrales de vanguardia adoptadas por Jim, que distinguieron a los Doors de sus coetáneos, se manifestaron también en el método que eligió para comunicarse: formando palabras con el vapor que salía de la tetera que había en el centro de la mesa.

Jim Morrison: No fue hasta que bandas instrumentales potentes como los Bel-Airs, los Chantays y los Del-Tones empezaron a tocar para multitudes entusiastas en el sur de California que este grupo de vagabundos e inconformistas empezaron a reconocerse a sí mismos por las cosas que tenían en común, y a ver que la suya era una cultura dedicada íntegramente al surf, con unos hábitos, unas modas, una moral y una cosmovisión propias. El descubrimiento de la subcultura surfera por parte del resto del mundo a través de los discos coincidió con, y tal vez desencadenó, la toma de conciencia de grupo por parte de los propios surferos.

La «música surf», primero frenética,ailable e instrumental con base de guitarras, y más tarde pija *postwop* (tipo Beach Boys y Jan & Dean), logró unir a unos seres obstinadamente individualistas, como eran los pringados surferos, insertándolos primero en la imaginación pública y convirtiéndolos luego en elementos románticos mediante la articulación de sus deseos, temores y filosofías.

Los surferos, desde luego, no participaron en su propia



codificación o transformación en objeto de consumo más que como espectadores. De hecho, las bandas de música surfera explotaron a los propios surfers y los convirtieron en objetos fetiche para proporcionar una identidad a los desesperados adolescentes postindustriales del sur de California y, a través de estos, también a los del resto del país. Pronto empezaron a formarse bandas de música surfera en Minnesota (los Trashmen), Indiana (los Rivieras), Colorado (los Astronauts) y otros lugares.

Bueno, todas las culturas necesitan música...

De repente, un fantasma que se identificó como Willie Mae Thornton decidió aportar su granito de arena. Willie Mae, conocida también como «Big Mama» Thornton, es famosa por canciones como «Hound Dog» y «Ball 'n' Chain», pero fue también una gran artista que realizó giras con muchas bandas famosas.

Thornton habló a través de la tintineante cubertería que, con un poco de ayuda manual, formó las palabras que siguen, señalando letras en las portadas de los libros y en las páginas de los periódicos que había en la sala.

Willie Mae Thornton: Del mismo modo que se necesita un lenguaje de cualquier tipo para transformar el pensamiento abstracto en expresión concreta (lo que otorga a los humanos una gran ventaja sobre la mayoría de los animales), la música, en tanto que lengua común, permite también al alienado *outsider* articular sus gestos intuitivos e irracionales, en un intento desesperado por definirse y oponerse a su cultura madre. Al mismo tiempo le brinda la oportunidad de explicarse no solo ante el mundo exterior, sino también ante sí mismo.

La música es irracional, impenetrable y, por lo tanto, es altamente susceptible a la ritualización, los ceremoniales y la mística, lo que la convierte en un ingrediente indispensable para la formación de las llamadas subculturas. Los hombres prehistóricos recurrieron a las canciones antes que al lenguaje oral, y es casi seguro que estas tuvieron un uso tanto ritual como en la comunicación intertribal.

¿Puedes ponernos el ejemplo de otra subcultura, aparte de los surfers?

Otra subcultura sería la de los punks. El punk se transformó, naturalmente, pero en sus orígenes se dirigió a un público que veía pelis de serie B y que conmemoraba la cultura basura y la vulgaridad, nostálgicos del futurismo del arte y el diseño modernistas. Hasta el momento en que los grupos de punk empezaron a expresarla, esa estética no tuvo nombre, aunque hacía ya años que esa sensibilidad maligna se había infiltrado en los corazones de la gente.

Es posible que si no se hubieran formado esas bandas, nunca hubiéramos tenido noticia de la idiosincrasia de ese grupo de personas dispares y altamente aisladas que terminarían convirtiéndose en punks, y que a estas alturas hubiera quedado ya enterrada en la tumba silenciosa de la eternidad. Solo conoceríamos los años setenta a

partir de otros grupos oficiales o subculturales que sí gozaron de paladines sónicos y de extrovertidos portavoces de sus ideologías místicas, vagas y, al mismo tiempo, inconfundibles.

En un país tan alienado por el sentimiento nacional como Estados Unidos, donde la ideología capitalista e individualista actúa como potente elemento de disuasión en la identificación con el grupo, al tiempo que fomenta el egoísmo sociópata y la avaricia, establecer vínculos subculturales constituye un acto de radicalidad. Y eso es prácticamente imposible sin el rock.

Así pues, la pregunta no es «¿por qué?», sino «¿cómo?». Y, más concretamente: «¿Cómo se empieza?».



Tras esta contundente llamada a las armas, la fuerza, chispa o brisa en las cortinas que fue, había sido, o aseguraba ser el gran músico Jimi Hendrix propuso que, en lugar de conjurar a un puñado de espíritus que se dedicaran a polemizar sobre cuáles eran los mejores protocolos y estrategias para intentar montar un grupo, era preferible crear un comité y redactar un panfleto didáctico consensuado, algo así como una declaración conjunta de la Internacional Comunista de las estrellas muertas del rock.

En un primer momento aquella propuesta nos asustó un poco (nos decepcionó, incluso) porque todos habíamos participado en reuniones de cooperativas de alimentos y sabíamos que el proceso para alcanzar el consenso suele requerir demasiado tiempo. Además, pensamos, ¿quién sabe qué es «demasiado tiempo» en el mundo de los espíritus? Si aceptamos fue solo porque nos pareció que no nos quedaba otra opción, así que nos resignamos a una espera interminable. Sin embargo, el primer capítulo empezó a materializarse enseguida y sin apenas darnos cuenta.

El texto comenzó a tomar cuerpo en forma de un listado de las situaciones a las que se enfrenta cualquier banda nueva, transmitidas todas a través de nuestra médium, que, en trance, deletreaba las palabras en los polvos mágicos o las escribía con un vaso en el suelo.

Empezamos a transcribir el texto por turnos. Preparamos cafeteras y teteras, y nos alimentamos con tostadas. Casi nada más empezar ya habíamos terminado. Nos pareció que era preferible no corregir un texto recibido en esas condiciones. Así pues, optamos por no intervenir en la autoría de un grupo tan célebre para no alterar ningún

posible matiz.

He aquí el texto que querían que el lector leyera. Hemos decidido titularlo:

Segunda parte
Estrategias sobrenaturales
para montar un grupo
de rock



1

La ignominia original

Las actividades artísticas humanas suelen tener su origen en un profundo sentimiento de vergüenza. Solo la ignominia puede empujar a un ser humano a abandonar su seguridad y arriesgar su posición social. Así pues, el primer paso de un grupo consiste en actuar cuando aún no está preparado o publicar un disco horroroso con una portada detestable. Lo que sea con tal de crear un objeto o un acontecimiento humillante que posteriormente tendrá que superar para borrarlo de la conciencia pública.

La vanidad humana nos lleva a pensar que nuestros irrelevantes esfuerzos ocupan un lugar preponderante en el imaginario colectivo. Por ello, en cuanto se haya producido el acontecimiento detestable o se haya publicado el producto despreciable, el creador se consumirá en el odio hacia sí mismo, querrá destrozar cada ejemplar y arrancar los ojos a todos los espectadores. Sin embargo, y por desgracia para la parte perjudicada, será imposible destruir todos los ejemplares o aniquilar a todas las personas que han visto u oído el concierto o la canción que el creador abomina.

Así, la única forma de contrarrestar su espantoso legado será crear algo que lo altere de algún modo, ya sea modificando la percepción pública del fracaso previo o mediante un éxito que lo eclipse. De otro modo, el fenómeno odioso quedará flotando en solitario en el vacío, aún más llamativo por su singularidad.

Como nadie puede alcanzar nunca su ideal imaginado, cada grabación o concierto constituye un nuevo tipo de fracaso, otra sórdida humillación. Después de un tiempo en esta dirección, uno habrá compuesto un «repertorio». Al fin y al cabo, toda obra artística es un fracaso hasta que las circunstancias de la historia cambian y, de algún modo, por los motivos que sean, esa forma de expresión no se puede volver a repetir. Se habrá convertido entonces en una obra de arte perfecta y, por ende, muerta; habrá llegado el momento de incorporarla a los manuales y de hacerle un lugar en la historiografía, ya sea porque el método de grabación ha cambiado, o porque la ideología que la concibió se ha vuelto remota, exótica o se ha extinguido. Sea por la razón que sea, resultará fascinante para las sensibilidades contemporáneas.

Aunque la creación cuente con unos orígenes tan vulgares e infantiles, es necesario imbuirla de un significado fingido que pueda redimirla más tarde. Por ello, antes de empezar es necesario encontrar un sentido o un objetivo para la nueva banda.

2

Definirlos objetivos

Para definir la identidad de un grupo, primero habrá que determinar qué se propone conseguir.

¿Desea a) la fama o tal vez b) la popularidad sexual? ¿Busca c) escribir buenas canciones siguiendo el estilo de otra banda, o tal vez pretende d) fomentar una ideología concreta?

Si la intención es a), te recomendamos encarecidamente que emprendas otro camino. La fama de un grupo es un elemento fugaz e incluso cuando se consigue (cosa altamente infrecuente) está sujeta a los caprichos y antojos de un público inculto. El miembro de una banda es un payaso que ocasionalmente proporcionará un alivio cómico a sus oyentes, pero que por lo general será ignorado o directamente ridiculizado. La hipotética fama que se consiga será tan momentánea que casi parecerá una alucinación, y por lo general reportará muy poco dinero. Existen formas mucho más seguras de adquirir reputación; la más fiable de ellas es hacer carrera política.

La política no requiere talento, inteligencia ni un buen aspecto. Al principio ni siquiera es necesario disponer de un traje. Basta con realizar una afirmación vitriólica y «provocativa» (creacionista, intolerante o de algún modo reaccionaria) delante de un micrófono para atraer a patrocinadores que te organizarán apariciones televisivas y actos de recaudación de fondos, y que te regalarán ropa hecha a medida. Esta fama será más duradera y generalizada que la que puedas lograr a través de la música. Basta con ver cómo alguien como Donald Rumsfeld, un funcionario mediocre sin ningún tipo de talento, inteligencia ni simpatía, es una celebridad internacional mucho mayor que un roquero como Miele Jagger, que ha alcanzado ya la cumbre de su oficio. A pesar de ser una vieja gloria, Rumsfeld es famoso en todos los rincones de Asia, Oriente Próximo y África por su insensatez y arrogancia, mientras que Jagger solo goza de la admiración de apenas unos cientos de millones de melómanos, casi todos ellos concentrados en el primer mundo.

Si el objetivo es b), ser un donjuán, ya puedes ir renunciando a la banda de rock como catalizador de tus aventuras carnales. Lo mejor en este caso es tratar de hacer carrera en el mundo de la publicidad, la medicina o el «derecho». Estas son tres profesiones que gozan del favor de la propaganda televisiva (en series como *Ley y orden*, *Anatomía de Grey* o *Mad Men*) y que te proporcionarán los incentivos financieros —en forma de bienes inmuebles, sábanas de algodón de lujo y una sensación de estabilidad— imprescindibles para seducir a la presa en la sociedad capitalista.

Si el propósito es c), escribir canciones según el estilo de otra banda, lo más posible es que no sea necesario. Aunque el grupo al que quieras emular o rendir homenaje se haya desintegrado, lo más probable es que su legado se haya conservado entre nosotros, ya sea en forma de cassette, disco o cinta de vídeo.

En cambio, si tu ambición es d), la consecución de algún objetivo de tipo social, estético o vagamente político, la banda de música es el medio ideal para transmitir tu

mensaje, pues ofrece una fachada organizacional furtiva que debe permitirte emprender una transformación real de la cultura.

Eso sí, debes tener presente que los cambios que logra una banda se parecen a un hechizo mágico: sea cual sea la intención, un conjuro invocará siempre algo deforme y accidental. Desatará fuerzas incontrolables o, tras un lento e insidioso efecto de bola de nieve, generará algo monstruoso que te atormentará eternamente. Pero entendemos que ahora no estás para pensar este tipo de imponderables. En estos momentos lo que te preocupa es fascinar, seducir y atrapar a un grupo de fieles o «público» para que se declaren devotos o «fans» de tu grupo. Al fin y al cabo, la banda actual tampoco se diferencia demasiado de un grupo religioso o de un partido político: constantemente está evangelizando y buscando acólitos.

En el pasado, el músico era un pianista que se sentaba en un rincón de un pub, o alguien que tocaba el laúd o la cítara en un baile, o en la calle. Estos músicos intentaban provocar una reacción en sus oyentes, pero no esperaban singularizarse ni convertirse en el objetivo de elogios particulares, más allá del éxito sonoro de una noche especialmente inspirada. Y, desde luego, no esperaban fidelidad de sus oyentes. De hecho, esperar algo así se habría considerado un equívoco, una locura o una blasfemia. Y, no obstante, eso es precisamente lo que exige el grupo moderno, incluso el más anodino.

La banda moderna aspira a forjarse una audiencia, a obtener un buen resultado en el Nielsen SoundScan, a reunir a una masa de fieles que citen al grupo en los perfiles de sus redes sociales y a que los famosos declaren en documentales que dicha banda les cambió la vida. Exige a sus seguidores que asistan a los conciertos, se compren sus camisetas y muestren una adoración fetichista hacia las ediciones originales de sus discos. El grupo ve el rock como un negocio de suma cero en el que el hecho de que alguien disfrute con la música o los conciertos de otra banda supone una falta de lealtad. Actúa bajo los celos miopes del amante inseguro, al tiempo que ignora la realidad de que cada vez hay menos aficionados al rock, combinada con la simultánea multiplicación del número de bandas, que se cuentan ya por cientos de miles.

Pero ¿por qué exige ese grado de fidelidad? Porque para las bandas modernas, la música no lo es todo. De hecho, tienen muy poco que ver con la música. Como ya hemos visto, la banda moderna desciende de las pandillas callejeras, de las que ha heredado muchos conceptos organizativos. Sin embargo, el grupo es al mismo tiempo una entidad escénica con un componente de producción comercial, por lo que ha adoptado un punto de vista más amplio que el de sus violentos y cerrados antepasados.

En cierto modo, el grupo de rock ha reemplazado a los movimientos artísticos modernistas que transformaron la sociedad a principios del siglo xx (dadaísmo, futurismo, surrealismo, etcétera), que se apartaron del medio al que supuestamente se dedicaban sus practicantes (el arte visual), hasta el extremo de que, tras renunciar a cientos de años de desarrollo técnico y dejar en ridículo a la academia, hicieron

pedazos el arte que, reducido a un cadáver putrefacto, terminó convirtiéndose en el peculiar híbrido de ensayo académico, activo de inversión y chiste privado que es hoy en día.

Seguramente, si dadaístas, surrealistas, constructivistas y otros hubieran podido ver el futuro a través de un agujerito, habrían quedado horrorizados al constatar qué mundo artístico legaban a las generaciones futuras. Aunque a lo mejor habrían quedado encantados con el espectáculo, felices de que sus visiones apocalípticas se hubieran quedado cortas, pues ni ellos lograron imaginar la era de cinismo que desencadenaron sin saberlo. En cualquier caso, eso es irrelevante. El hecho es que los «ismos» de la primera mitad del siglo xx lucharon por algo más que unos objetivos puramente estéticos: lucharon por una ideología; lucharon para defender el alma del mundo.

Sus ideologías eran explícitas. El grupo Der Blaue Reiter, los constructivistas, los supremacistas, los fauvistas, los cubistas, los futuristas y los cubofuturistas eran explícitos, francos y didácticos. Sus manifiestos se leían ante multitudes, se propagaban en forma de panfletos y eran objeto de debate, análisis y críticas feroces. Sus programas se exponían abiertamente al lado de los de teóricos políticos contemporáneos como Gramsci, Sorel o Marx.

En la actualidad, la banda de rock moderna está tan desconectada de lo que en su día fue la música como sus antepasados dadaístas lo estuvieron de lo que había sido el arte. Pero, en cambio, no poseen la conciencia de sí mismos que sí tenían sus predecesores modernistas del mundo del arte. En tanto que creación del capitalismo, la banda de rock carece de cualquier ideología explícita que vaya más allá de un nihilismo institucionalizado o de una vaga obstinación, y por ello vive en una neblina, apenas consciente de la gran lucha de la que forma parte. Las bandas deambulan como aspirantes a Incroyables y Merveilleuses, en parte avergonzadas por lo que hacen, en parte pagadas de sí mismas, con un aire elitista heredado y completamente fuera de lugar.

Detestan a los carcas y resisten un día tras otro. Pero ¿por qué? ¿Qué tiene el rock, que parece haber faltado completamente a su promesa de liberar a la humanidad de la hipocresía y el tedio burgueses, que instila esa vanidad?

Ya no se acuerda nadie. Y, no obstante, las bandas intuyen su gran significación, su enorme potencial. Incluso las personas menos razonables y más indiferentes se dan cuenta de que el rock no tiene nada que ver con la música. Saben que es un elemento tribal y que la banda es la versión comercial de la pandilla de barrio, igual de egocéntrica y con la misma visión equivocada del mundo y las mismas obsesiones paranoides. Han comprendido que la banda es un conglomerado semejante a la familia, una transfiguración radical de la unidad familiar en la que el modelo nuclear se ha visto reemplazado por una estructura más cercana a la tribu de cazadores y recolectores o a la granja colectivizada de la era estalinista. Y saben también que tiene una vertiente religiosa, con paralelismos claros con los cultos mesiánicos, cuyas

escenas utópicas y fanáticas caracterizaron la colonización del Nuevo Mundo.

En cualquier caso, ya se trate de un club social con miles de miembros auxiliares, de una religión que se disputa a los millones de desafectos de otros credos, o de una facción política radical exclusiva del panorama bipartidista oficial, uno debe decidir: a) a qué tipo de gente se dirige y b) hacia dónde los quiere llevar.

3

La fotografía como presentación

Si montas un grupo de rock, tarde o temprano tendrás que hacer música. No obstante, antes de eso deberás hacerte una fotografía de grupo que permitirá al público hacerse una idea de quiénes sois y decidirá vuestra proyección en el mundo. Si el grupo es un conjunto creativo real, y no una formación aleatoria reunida alrededor de un «genio» creador único, todos los miembros considerarán muy importante aparecer en la foto.

La foto de grupo es un medio muy limitado, como un dibujo en tinta china o una xilografía. Debe explicar qué es el grupo y estimular a los futuros acólitos, aunque al final quede reducida a un módulo diminuto en una esquina de alguna revista semanal. La foto insinúa un sistema de valores, una personalidad, una ideología y una estética. La banda recién formada no comprenderá exactamente cuáles son estas cualidades o qué principios pretende imponer a la humanidad, pero tras tomar la foto de grupo, esta se podrá leer como si fueran posos de té.

Antes de decirle al mundo «somos», la banda tiene que preguntarse «¿Quiénes somos?». La foto de grupo se convierte en un jeroglífico, una viñeta de cómic, un tatuaje o una imagen pornográfica. Y como en el fondo una banda es eso, la foto revelará a la formación quiénes son.

Naturalmente, el grupo puede tener una idea muy concreta de qué es antes de acuñar esa imagen. ¿Corroborará la fotografía esa idea? ¿Chocará frontalmente con la imagen que el grupo tiene de sí mismo? ¿Cómo negociará la banda en su vertiente tridimensional la percepción del «quiénes somos» con la verdad que propone la fotografía? Se trata de un proceso complejo, que puede exigir una meditación o incluso provocar un conflicto. Además, si la fotografía de la banda determina su identidad, ¿tienen los integrantes algún tipo de control sobre ella?

De la misma forma que una madre escrupulosa come bien antes de dar a luz a su hijo o un buen arqueólogo se prepara con tiempo antes de una excavación, la banda puede hacer muchas cosas para prepararse antes de que el fotógrafo dispare la imagen final. A posteriori se producirá también la decisión de qué fotografía de las varias que se habrán tomado será la foto de la banda. Existen varias maneras de guiar tu destino en contra del totalitarismo de la foto fija. Algunas de esas maneras son la elección del

fotógrafo y del escenario, el posicionamiento de los miembros de la banda y la selección del tipo de película fotográfica.

En el fondo, un grupo no es más que una serie de elecciones. A veces se cita el «talento» particular de vocalistas como Freddie Mercury, los Everly Brothers, Neil Peart, Al Green o de los cantantes de soul en general, pero la banda de rock prototípica no contará con ningún talento evidente. Lo único que le permitirá controlar su destino serán sus propias decisiones. Hay gente que no cree en el libre albedrío, pero aun así será necesario abordar una serie de compulsiones que pueden parecer elecciones conscientes.

El grupo medio llegará a la sesión fotográfica sin ninguna idea, y la timidez impedirá a sus miembros dar instrucciones al fotógrafo, de modo que tendrán que aceptar lo que revele la fotografía, para bien o para mal.



I. SIN INSTRUMENTOS

Como los roles de los integrantes de la banda no quedan definidos en la fotografía tradicional —en la que los instrumentos suelen estar misteriosamente ausentes—, a menudo la estrella de la banda no será el elemento central de la fotografía de grupo. Esto, por ejemplo, fue así durante la primera época de los Rolling Stones, cuando Bill Wyman personificó más que ningún otro miembro la imagen grotesca, canalla, arrogante y «pervertidamente lasciva» de la banda. La foto de grupo puede tener una importancia menguante para el público en la electromagnética era de «Internet» —el exceso de espacio en la red permite mostrar muchas fotografías, por lo que cada vez hay menos imágenes icónicas y singulares—, pero sigue siendo fundamental para promulgar la ideología de la banda. Un grupo sin foto es como una tierra sin mapa o un país sin bandera.

La fotografía es tan significativa culturalmente que el *establishment* político la ha imitado en sus retratos. Obama con chupa de piel y gafas de sol, Clinton con un saxo, o Bush con un traje espacial a lo Bowie, con el casco bajo el brazo y la entrepierna hinchada. Una auténtica *space oddity*. El consejo de ministros de Bush solía posar en las fotos como si fuera una banda estilo Monkees. Esas fotografías, con los sujetos vestidos de manera informal, andando y riendo, eran sin duda el retrato de una banda y, concretamente, de una banda de rock. No cuesta mucho imaginar qué instrumento

tocaba cada uno. Bush, elegido por su aire campechano, es el cantante. Cheney, que no es un tipo bien parecido pero sí un ávido controlador, es el guitarra solista. Rice, jugadora de equipo célebre por su presencia y estilo, sería la bajista; y Don Rumsfeld es el batería clásico: un *showman* idiota y megalómano, que rabia de resentimiento por no poder ser la estrella.

¿Qué objetivo se buscaba cuando alguien decidió retratar al consejo de ministros como si fueran miembros de un grupo de rock, paseando en mangas de camisa con aire confiado y despreocupado? Transmitir el dinamismo, el aire desenfadado, el espíritu de equipo y la ética pandillera con que abordaban actividades tales como la legislación tributaria o los asesinatos masivos. El imperialismo estadounidense ya había utilizado al grupo de rock como agente secreto durante la Guerra Fría y, de hecho, el rock suele considerarse el elemento clave de la espectacular victoria de la codicia depravada sobre las ideologías igualitaristas (véase por ejemplo la Revolución de Terciopelo de Havel). Actualmente, la clase política intenta apropiarse de la emulación roquera del narcisismo infantil para rehabilitar el militarismo y el infanticidio, tan vilipendiados. En su día, las bandas de rock fijaron su inspiración estética en sus ídolos políticos, de ahí las chaquetas mao que lucieron los Beatles en el Shea Stadium de Nueva York, el atuendo castrista de Mike Watts, o la pinta de jorobado déspota medieval de Johnny Rotten. Sin embargo, hoy en día las tornas han cambiado.

La foto de grupo deja claro al espectador ante qué tipo de banda se encuentra. ¿Están los miembros en fila? Las bandas de heavy metal y de hardcore posan militarmente, hombro con hombro, como tropas preparadas para pasar revista, para garantizar a sus acólitos que la banda no se permitirá ningún tipo de dinamismo, sexualidad o flexibilidad. Esa foto es una muestra del compromiso de la banda para con la fuerza coercitiva, la agresividad y la repetición machacona. Los miembros de las bandas de funk, como War, se colocan en el perímetro de encuadre con aire desgarrado, insinuando así una falta de liderazgo y una sensibilidad relajada y «guay». Si el grupo utiliza piezas de atrezzo (paraguas, pollos de goma) como hacían los grupos de la era psicodélica, estará insinuando una actitud desenfadada, estrafalaria y contraria a los hábitos comúnmente aceptados. Etcétera.

Como hace un oráculo con las entrañas de un animal sacrificado, las partes interesadas escudriñarán la fotografía a fondo. Tu decisión de remangarte, el pin que llevabas puesto aquel día, la flecha de cinta adhesiva que te pegaste en la chaqueta, el logo del grupo que llevabas dibujado en los pantalones... Un ejército de espectadores voraces utilizará estas pistas como varillas afiladas cubiertas de orín para sus propios fines.

El nombre del grupo

Antes de tomar la fotografía hay que decidir el nombre del grupo.

Aunque actualmente tienda a subestimarse, el nombre es el aspecto más importante de un grupo. Es preciso encontrarlo antes de tocar la primera nota, antes incluso de convocar al grupo, para garantizar que este encarne un ideal puro, algo que perseguir. El nombre no puede verse afectado por la incapacidad de la banda o por la previsibilidad de sus referentes.

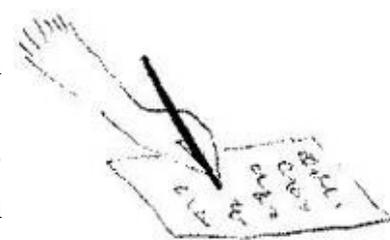
Hay que decidir el nombre antes de crear la banda para que este no termine convirtiéndose en una solución intermedia, una molestia que pueda dificultar y finalmente asfixiar cualquier desarrollo. Un grupo con un nombre acordado por comité será como un hijo feo, deforme y no amado, con el que uno debe cargar a pesar de la antipatía constante que le genera.

Como sucede con la institución del matrimonio, o con los hábitos de una orden sagrada, el nombre une a los miembros de la banda en un pacto de sangre como el que la CIA, los Marines y la Mafia aseguran hacer con sus iniciados, si bien no es exactamente igual, pues mientras esas organizaciones están formadas por burócratas grises, niñatos y sociópatas que cuentan con la connivencia del gobierno para asesinar a cambio de un sueldo, la banda de rock —por muchas tonterías que haga, por mucho que oscile entre lo sublime y lo trivial, y por estafalaria que sea la ropa con la que se vistan sus miembros— es paradójicamente uno de los últimos gestos nobles que le queda a un género humano prisionero de la cultura de consumo. Noble porque el dinero no suele ser un elemento real en la vida de la banda. Y es paradójico porque, aunque la banda pueda considerarse un exponente, del consumismo, sus miembros no suelen recibir ningún tipo de remuneración económica.

El nombre es el aspecto más abstracto del grupo, un tótem sagrado con un significado esotérico conocido solo por sus miembros. Fijémonos si no en los Masons, Elks, Eagles, Order of the Eastern Star, FSLN, CFR, M-26-7, Bureau of Surrealist Research, Satan's Slaves, Bolsheviks, Bohemian Club, Lettrist International, BP, KGB, Murder Inc., Laman Rifle Brigade, Union of Militant Atheists, Society of Militant Dialéctica! Materialists, Hell's Angels o Barnum & Bailey's. Si se elige bien, el nombre puede tener poderes espirituales. Por eso las bandas los protegen celosamente e incluso contratan a abogados para que velen por sus derechos nominales.

En el momento de bautizar una banda es importante tener en cuenta qué aspecto tiene el nombre una vez escrito. ¿Es lo bastante simétrico? ¿Debería serlo? ¿Es un anagrama? ¿Tiene más de un significado? ¿Significa algo ofensivo o estúpido en otro idioma? ¿Provoca vergüenza al pronunciarlo en voz alta? Si ante la pregunta «¿cómo se llama tu grupo?» das un respingo o tienes un momento de duda, es señal de que no es una buena identidad, al menos no para ti.

El efecto de asociación de los nombres es poderoso, pero suele malinterpretarse. Aunque gocen de cierta buena prensa, los nombres de mamíferos son un error, a menos que se trate de una bestia mítica. Un animal salvaje es una criatura grácil que no necesita vestir ropa elegante ni acicalarse para mostrarse espectacular, y eso hará que los espectadores (que se habrán creado expectativas) se lleven inevitablemente una decepción ante la zafia puesta escénica del grupo de humanoides que hayas logrado reunir a tu alrededor. «Dios mío», dirá la gente, «pero si no se parecen nada a lobos, zorros, etc.». Cuando uno le pone un nombre así a su grupo, está subiendo demasiado el listón.



Los grupos masculinos con la palabra «girl» en el nombre tienen un problema similar. En la literatura y las películas, la «chica» representa la imagen de pureza que el lector/espectador tiene de sí mismo. Se supone que el público debe identificarse con la «chica», que es inocente, valiente, justa, ingenua, atractiva y lista —Chihiro de *El viaje de Chihiro*, Pippi Calzaslargas o Dorothy Gale de *El mago de Oz*—. El cine negro se basa en la idea opuesta: el público prefiere identificarse con personajes cínicos y moralmente corrompidos que están de vuelta de todo. Estos papeles suelen interpretarlos hombres de mediana edad con barba de cuatro días (Humphrey Bogart, Glenn Ford o Robert Michum). La mayoría de los roqueros actuales se parecen a estrellas del cine negro, si no en el vestir, por lo menos sí en el físico. Por lo general, las bandas con la palabra «girl» en el nombre están compuestas por hombres peludos y poco atractivos, así pues mejor evitarlo.

A la inversa, «Beatles», además de un pequeño juego de palabras, es también el nombre de un bicho, un escarabajo. Como los humanos se consideran más listos, más altos y más atractivos que los insectos, el nombre «Beatles» impidió que el público se formara ningún tipo de expectativa, lo que ayudó a propulsar la banda a las más altas cotas de la fama. Con «Stones» pasó más o menos lo mismo. Una piedra es algo prescindible y feo, sin cerebro. El nombre «Stones» fue una apuesta inteligente y con gancho, y dio resultado.

Hay más ejemplos. Los términos «Zombies», «Them», «Cramps», «Funkadelic», «Germs», «Drifters», «Black Flag», «Stooges», «Gories», «Parliament» o «Orlons» tienen connotaciones extrañas, temibles e incluso grotescas y, sin embargo, las bandas a las que representan gozan de buena reputación. «Kiss», los «Eagles», «Black Eyod Peas», «Bread», y los «Fleet Foxes» son todos ellos nombres entrañables con connotaciones positivas, pese a lo cual despiertan aversión (incluso desprecio) entre los entendidos, independientemente del éxito comercial arbitrario que hayan podido cosechar estos grupos.

A medida que el mundo se va volviendo más y más pequeño, los riesgos sujetos al proceso de encontrar un nombre, como los pleitos potenciales o los sentimientos heridos a causa de las redundancias, crecen. Antaño uno podía adoptar un nombre

que ya utilizaba una banda de cumbia de Perú y no pasaba nada, porque nadie se enteraba. Era irrelevante. Hoy en día, y gracias a los ordenadores, las pruebas son claras e irrefutables. No obstante, como ocurre con los niños o con los equipos deportivos, el elemento decisivo no debe ser la originalidad, sino la fuerza de un nombre concreto. Como el mantra que te otorga una figura sagrada, o los apodos de espíritus animales adoptados por algunos nativos americanos, el nombre tiene que resonar de forma creíble y resplandeciente alrededor del sujeto al que representa.

A veces, durante la búsqueda de un nombre, se elabora una lista a la que se van añadiendo o de la que se van eliminando opciones. Si este es el método empleado ya puedes abandonar, pues el proyecto está condenado de antemano. El nombre se te tiene que aparecer en sueños, o en una revelación. No obstante, existen una serie de estrategias efectivas para generar nombres, entre ellas provocarse fiebre, comer moho, someterse a una larga sesión de sauna, correr hasta el agotamiento mientras te persigue la policía, el autoestrangulamiento, consumir ayahuasca o la enajenación transitoria.

Si decides el nombre antes de reclutar a la banda y se lo presentas a los miembros como el de la organización a la que se van a sumar, te ahorrarás las molestias y los fingimientos de la «democracia».

Nota: una «banda» no es lo mismo que un colectivo de «músicos». Si el único objetivo consiste en hacer música, no es necesario ni recomendable adoptar un nombre de banda, a no ser que uno esté dispuesto y físicamente preparado para librar una batalla por la conquista del alma de la cultura y la historia. Se puede hacer música sin un nombre de banda. Gente como Ludwig van Beethoven, por ejemplo, triunfó en la música sin necesidad de adoptar ningún nombre. Una banda no tiene nada que ver con ese pasatiempo prehistórico que es componer música: montar un grupo implica un intento de personificar algún tipo de ideal. Así como los Sex Pistols fueron una adquisición adolescente de la cultura gay, fetichista y del cuero, otra banda como Huey Lewis and the News encarnó la sucinta manifestación del arquetipo ochentero de los alegres y atléticos chicos de clase media recién salidos del instituto.

Desconocemos si ese fue el efecto buscado por las respectivas bandas, y de hecho se trata de un dato irrelevante: todo grupo cumple con su función, lo quiera o no. Al elegir el nombre de tu formación debes tener en cuenta la visión del mundo que pretendes defender. Dicha identidad se puede apoyar en cualquier cosa: en el deporte, en el cine, en un libro, en un juego de mesa, en un programa de televisión o en unos pantalones que se llevaban hace tres siglos. Lo que sea, siempre y cuando no se apoye en la música.

Una banda que se base en la idealización de otras bandas o de un estilo de música histórico está condenada al fracaso de antemano. Las bandas que se concentren en otras bandas o géneros musicales se ganarán la fama de imitadoras y se dedicarán a perseguir un objetivo que no conseguirán jamás. En cambio, las bandas que se

centren en fuerzas externas se librarán del pesado mundillo de la música y también de las reglas y convenciones que este impone.

5

Encontrar a la banda



Después de dar con el nombre y antes de tomar la fotografía, debes encontrar a los miembros del grupo.

Existe la creencia generalizada de que formar una banda es una simple cuestión de localizar a una serie de instrumentistas con cierto nivel técnico y gustos similares. En realidad, la clave está en combinar distintas personalidades. Los estilos musicales y la similitud de gustos son factores secundarios, meras afectaciones que se pueden demoler o manipular fácilmente.

Los arquetipos de personalidad y las relaciones que se establezcan entre ellos tendrán una importancia capital. The Clash son un ejemplo de tipos perfectamente yuxtapuestos, con el serio Joe, el llamativo Mick, el tímido y bonachón Paul, y el canalla Topper. Los compositores principales, Joe y Mick, se complementaban el uno al otro. Uno era clásico, conservador y formalista, mientras que el otro era un entusiasta de las modas y de las tendencias pop. Pero lo más importante era que ambos estaban comprometidos a actuar como exponentes estilísticos de las facciones izquierdistas, entregadas a derrocar de forma violenta al imperialismo capitalista occidental.

Al elegir a los miembros de la banda hay que tener en cuenta que los patrones de conducta humanos son flexibles. El instrumento que toca cada persona determinará su actitud, categóricamente. Los bajistas suelen elegirse por su estilo y por lo general son personas calladas y afables. Los guitarristas suelen ser controladores, temperamentales y quisquillosos. Los cantantes, inseguros por la naturaleza altamente personal de su contribución, se comportan como políticos. Los baterías son más gregarios, pero a menudo generan problemas de estilo y agresividad. Cuando una persona cambie de instrumento, generalmente cambiará también de personalidad para

adaptarse a su nueva función.

En el fondo, encontrar a los miembros del grupo es una cuestión de disponibilidad: son barcos navegando en la noche, a la espera de un encuentro en el que influyen la mano del destino, la diosa fortuna y las cartas que te tocan. «La geografía es destino», suele decirse: del mismo modo que el Imperio ruso tuvo que arreglárselas sin un acceso decente a los océanos del mundo, tú te las tendrás que apañar con el material humano que tengas a tu alcance, por pobre que sea. El fracaso del sistema educativo en Estados Unidos, las espantosas técnicas de lavado de cerebro que sobre la población han llevado a cabo unos programas televisivos que rinden culto a la muerte nazi, y los funestos efectos de la radio fascista en la psique de los oyentes, habrán tenido consecuencias devastadoras incluso en las mentes más resistentes, entre las que deberás llevar a cabo tu labor de reclutamiento. Aun así, la escoria humana de la que termines rodeándote será preferible a cualquier formación soñada de músicos ideales. Los supergrupos no funcionan casi nunca, motivo de más para evitar la «banda de rock infernalmente buena» (con Jimi, Janis y John Bonham).

Algunos de tus colaboradores pueden ser personas que busquen un refugio para huir de trabajos espantosos, insulsas discografías, sectas religiosas, matrimonios nefastos y residencias de estudiantes llenas de apasionados del deporte. Tu grupo será su última esperanza y es posible que en sus ojos descubras una cierta desesperación. Esos sujetos son justamente los que deberías reclutar. No les hagas promesas y recuérdales regularmente tanto la falta de fundamento de la banda como la precariedad de su propia situación. Tu grupo se verá definido por el contexto particular en el que te encuentres, los grupos que lo habiten (si es que los hay) y la situación existente. A menos que tengas acceso a un tipo de tecnología muy especial, no vivirás ni en la Nueva Orleans de 1956, ni en el vibrante Londres de 1967, ni en la Nueva York de 1976, ni en el Manchester de 1988, ni en el lugar y el momento que consideres que marcó el punto álgido para las bandas.

Una vez más, y en lo tocante a los integrantes de la banda, tendrás que apañártelas con la materia prima disponible. Aunque tengas la sensación de estar rodeado de pringados, bobos, carcas, zoquetes y cazurros, no desesperes. Tus compañeros de banda son trozos de arcilla y tu obligación consiste en moldearlos según te convenga. Constatarás que, en general, la gente es bastante flexible y que puedes doblarla hasta límites sorprendentes para que encaje en tu visión. Para el monstruo que es tu banda, tú eres el doctor Frankenstein. Aprovecha la fuerza de los relámpagos: es muy posible que los miembros potenciales necesiten una sacudida, o tres. Pero recuerda: ser padre soltero es un trabajazo, especialmente cuando uno juega a ser Dios y a reorganizar la vida. Debes seleccionar unos miembros para tu grupo que se complementen, del mismo modo que Frankenstein fue probando con diversas extremidades (un brazo aquí, un torso allá) hasta completar la criatura.

Como le sucedió al famoso doctor, tus creaciones pueden terminar metidas en diversas situaciones comprometidas: abusando de niños, ardiendo hasta la muerte en

un molino de viento abandonado, flotando dentro de una barca solitaria hacia el olvido, etcétera. Salgan como salgan, deberás valorarlas y tratarlas con respeto hasta que decidas poner fin a tu relación con el grupo. No le pongas los cuernos a tus colegas de banda como una Madame Bovary cualquiera, ni guardes doce pasos de distancia con ellos en el restaurante de carretera.

I. EL ZODÍACO

La configuración zodiacal es uno de los métodos que se pueden aplicar a la hora de diseñar el grupo de forma efectiva. Observando otras bandas es posible analizar la alquimia que generan combinaciones particulares.

Fijémonos en los Beatles en tanto que banda paradigmática. Con dos signos de aire (John y Paul, Libra y Géminis) y dos signos de agua (George y Ringo, Piscis y Cáncer), el grupo consiguió una potente personalidad dual, desenfadada y pop (signos de aire) y al mismo tiempo profunda, excéntrica y mística (agua). Esta aleación les permitió combinar la tontería, la perversidad, la espiritualidad y el horror en su música, sus imágenes y sus comportamientos. Los signos de estos dos elementos carecen de la agresividad histriónica de los signos de fuego (Little Richard o Tina Turner, ambos Sagitario), o de la confianza masculina de los signos de tierra (Elvis Presley, Phil Everly, Bo Diddley o Phil Spector, todos ellos Capricornio), tan característicos de las oleadas iniciales del rock 'n' roll.

En cambio, la segunda hornada del rock (las bandas surferas y de «soul», a las que siguió la Invasión Británica) se puede considerar la respuesta de los signos de aire al fuego y la tierra predominantes durante el empuje inicial del género. Brian Wilson era de un signo de aire (Géminis), lo mismo que el arquitecto del sonido Motown, Smokey Robinson (Acuario) y, sobre todo, Bob Dylan (Géminis), cuyos caprichos musicales fueron diseccionados e imitados por bandas de los sesenta y los setenta, e incluso por bandas actuales.

Los Rolling Stones constituían una combinación equilibrada, con dos signos de fuego (Mick Jagger, Leo, y Keith Richards, Sagitario), dos de agua (Brian Jones, Piscis, y Bill Wyman, Escorpión) y uno de aire (Charlie Watts, Géminis). En 1968, cuando los Stones abandonaron su vertiente más quebradiza e «*in*» para convertirse en una superbanda global, se purgaron a uno de los signos de agua (Jones) y lo reemplazaron por uno de tierra (Mick Taylor, Capricornio), una decisión encaminada a fortalecer el pragmatismo financiero y la ética de trabajo de la banda.

Esta hábil modificación los propulsó estratégicamente por encima de sus coetáneos en una era de valores cambiantes y agitación generalizada dentro de la industria musical, justo en un momento en que la existencia de la banda parecía incluso amenazada. Tras prescindir de los servicios de su controvertido mánager Alien Klein (Sagitario), el núcleo duro del grupo (los llamados «Glimmer Twins») se hizo con el poder y, en previsión de los problemas que les pudiera ocasionar una terca, taimada y maquiavélica cabra marina, le dio puerta a Taylor para incorporar a

un signo de aire tranquilo, halagador y ligeramente inútil (Ron Wood, Géminis).

Durante la época de agitación mencionada anteriormente, los Who inauguraron lo que se daría a conocer como la era del «rock clásico», con sus conciertos en grandes estadios, sus complejos álbumes conceptuales, sus disfraces y su rimbombancia espectacular. Desde el punto de vista astrológico, presentaban un equilibrio de aire, tierra, agua y fuego. En realidad se trata de una mezcla volátil que confirió a la banda una naturaleza abusiva (sádica y masoquista, tanto física como psíquicamente) que se manifestó de forma clara a ojos del público.

El famoso cuarteto Sonic Youth también contaba con cuatro elementos distintos en su formación y fue casi un espejo de los Who; ambas bandas contaban con líderes conceptualistas del signo de Tauro. No obstante, los Sonic Youth lograron evitar dramatismos sangrientos colocando a su introvertido signo de agua (Steve Shelley, Cáncer) detrás de la batería y a su Leo (Thurston Moore) ante el micrófono; en cambio los Who lo hicieron al revés (Daltrey es Piscis y Moon era un Leo nacido en la cúspide). Con un león ávido de atención oculto tras la batería, los Sonic Youth lograron una estabilidad mayor y su carrera estuvo marcada por su fascinación por los estímulos de todo tipo, algunos intelectuales y otros rudimentarios, aunque con tantos tipos de personalidad enfrentados tampoco es de extrañar que sufrieran de un «exceso de estimulación».

Este estudio comparativo demuestra la importancia vital no solo de los signos del zodiaco que se combinan en una banda, sino también de la posición que estos ocupan dentro de la misma. Seguramente es el momento de ofrecer una breve guía sobre los diversos signos astrológicos:

El zodiaco se basa en las etapas de la vida y va de Aries, el bebé, a Piscis, el alma vieja.

Aries, como el crío al que representa, es petulante y codicioso, pero posee un encanto incandescente. Agnetha Fältskog, Marvin Gaye, Angus Young, Kid Congo Powers, James Chance, Aretha Franklin, Ian MacKaye, Michelle Mae, Serge Gainsbourg, Al Green y Richard Berry son algunos ejemplos. Quisquillosos con el vestir, los Aries van por el mundo sin pensar en las consecuencias. Se identifican con la infancia, como Angus Young, que se vestía de colegial, o Ian MacKaye, cuya filosofía «*straight edge*», comprometida con la abstención, rechazaba los rituales adultos.

Los Tauro son niños tercos e imbuidos de una energía y un entusiasmo inagotables, así como de una emoción por las formas nuevas. James Brown, Mary Wells, Ann-Margret, Iggy Pop, Pete Townshend, Roy Orbison, Kim Gordon, Master P, Jonathan Richman, Link Wray... La puerilidad de los Tauro se trasluce en sus enfoques ingenuos y animalistas (como en el caso de Iggy Pop), y en su fascinación por un mundo perdido de pureza e inocencia (véase Richman). Se aburren con facilidad.

Los Géminis, los eternos preadolescentes (de unos once años), son personas

precoces. Esta etapa de la vida se caracteriza por el deseo de presumir de la propia inteligencia. El preadolescente tampoco ha decidido aún quién es exactamente, y por eso los Géminis se resisten a ser clasificados (véase el «Controversy» de Prince, la inquietud ideológica y espiritual de Dylan, o la negativa de Morrissey a que lo encasillen sexual o políticamente). Por ello, los «gemelos» suelen desdibujar su propia identidad creando un *alter ego*: Paul McCartney y su Percy «Thrills» Thrillington, el símbolo de Prince, el X-Ray de Ray Davies, etcétera. Otros ejemplos son Lydia Lunch, Peggy Lee, Nancy Sinatra, Shirley Owens y Charlie Feathers.

El siguiente signo es Cáncer, que representa al hosco adolescente. Los Cáncer son dechados de emotividad, inconformistas, antisociales, depresivos y apasionados de la poesía oscura y lo *cool*. Aunque odian a la sociedad en su conjunto, al mismo tiempo desean fomentar la subcultura. Un ejemplo de ello podría ser Debbie Harry, que en su día presentaba el programa *TV Party* en la televisión por cable y que luego optó por hacer carrera en el cine *No Wave* a pesar de haber participado ya en una película taquillera (*Call Me*) y de gozar de un atractivo digno de una estrella de cine. Nacidos bajo el signo de Cáncer: Ian Curtís, Danzig, Lee Hazlewood, Kim Fowley, George Clinton y Steve Albini.

El Leo es un joven adulto universitario, magnético y brillante, pero al mismo tiempo narcisista y licencioso. Tiene una gran habilidad a la hora de reunir a personas dispares y talentosas, como fue el caso de David Crosby o de Isaac Hayes, pero su necesidad de adoración puede deformar en gran medida su trabajo. Mick Jagger, Ronnie Spector, Jerry García, Kate Bush, Robert Plant, Madonna, Joe Tex... a los Leo les van los gestos grandilocuentes ejecutados con despreocupación displicente.

Los Virgo son personas de veintitantos años que inician su andadura profesional. Como tales, son perfeccionistas inflexibles y trabajan con un estricto sentido del compromiso por alcanzar la forma ideal. No soportan las medias tintas ni la falta de profesionalidad. La música *bubblegum* sobreproducida de Joan Jett es un ejemplo de ello; otro es el «Bohemian Rhapsody» de Freddie Mercury. Michael Jackson ilustra las dificultades de los Virgo: considerado el «rey del pop» por su compromiso con la pureza y el artificio, grabó el que muchos consideran el disco definitivo (*Thriller*, 1982) antes de volver su ojo de artista hacia la autosuperación y destrozarse la cara en la búsqueda quirúrgica de la «perfección». Otros Virgo: Cass Elliot, John Cage, Buddy Holly, Fred Colé y Otis Redding.

Los Libra encarnan los treinta y pocos, y tienen muy claro cómo quieren hacer las cosas. Parecen tenerlo todo pensado. Suelen ser personas urbanas, cultas y decorosas. Son atractivos, pero al ser representados por el único objeto inanimado del zodiaco, tienen problemas para desenvolverse en un mundo de carne y hueso. Otros ejemplos son Lux Interior, Yvonne Fair, Brigitte Bardot, France Gall, Wanda Jackson y Marc Bolan.

Los Escorpión representan a la persona de mediana edad y son obsesivos, reservados, tribales y muy trabajadores. Su extraño carisma hace que los demás

quieran que se conviertan en líderes, algo que los Escorpión suelen rechazar, pues prefieren ejercer su influencia desde la distancia. Ike Turner, Joni Mitchell, Grace Slick, Melba Moore, Minnie Riperton y Neil Youn nacieron bajo este signo.

Los Sagitario son divorciados o cónyuges adúlteros en plena crisis de los cuarenta. Por eso montan escenas, arremeten contra los demás y braman, rozando el ridículo, contra la naturaleza mortal humana. Tina Turner, Jimi Hendrix, Jim Morrison, Dennis Wilson, Dionne Warwick y Billy Childish... Son provocadores astutos, a menudo protagonizan escándalos y airadas escenas teatrales.

Los Capricornio, algo mayores ya, son pragmáticos y cínicos, y anhelan la riqueza material por las comodidades y la posición social que estas proporcionan. Suelen ser entendidos, y presentan una fachada enigmática y a menudo impenetrable. Su sadismo es legendario, como el de Patti Smith, Elvis Presley, Françoise Hardy, Bo Diddley, Jimmy Page y Marianne Faithfull.

Los Acuario, que encarnan la figura del jubilado, son estéticamente conservadores pero socialmente progresistas. Por ello, su enfoque musical suele ser formal y confiado. Smokey Robinson, Gene Vincent, Carol King, Jon Spencer, Barrett Strong y Etta James nacieron bajo este signo.

Piscis representa la última etapa de la vida. Por ello, como viejos excéntricos, los nacidos bajo este signo ya no hacen caso de la opinión pública ni de las costumbres sociales. Eso los convierte en personas iconoclastas, rebeldes y francas, pero también impredecibles y propensas a la drogadicción y al alcoholismo. Poison Ivy, Neneh Cherry, Terry Hall, Jennifer Herrema, Mark E. Smith, Johnny Cash, Arthur Lee y Lou Reed, por ejemplo.

Al formar una banda, también es importante tener en cuenta los sentimientos de los integrantes. No es recomendable meterse en una relación musical a la ligera.

La gente nunca se recupera de las expectativas que deposita en el esfuerzo colectivo de la banda. Perder la propia banda es un hecho tan traumático como terminar una relación con el corazón roto, o incluso peor, si se tiene en cuenta que la decepción en el caso de la disolución de un grupo está entrelazada con la vida pública y creativa de la persona, con su trabajo y sus oportunidades futuras. El grupo mide el valor de una persona y constituye una especie de referéndum de sus capacidades políticas y de su carisma y humanidad.

Por ello, antes de ofrecerse a «tocar un poco» con alguien, uno debe plantearse una serie de preguntas: «¿Estoy dispuesto a pasar el resto de mi vida con esa persona?». «¿Estoy dispuesto a compartir la gloria, los disparates y las demás circunstancias con ella?». «¿Toleraré mis rarezas y contradicciones?». «¿Qué aspecto tengo cuando me junto con ella?». «¿Potencia mi apariencia y estatura, o las reduce?». Y, en caso de que las reduzca, «¿puedo aceptarlo con dignidad y no tenerlo en cuenta?».

Porque en el momento en que dejéis de tocar juntos o disolváis la banda, la extrañeza entre tú y el resto de los miembros persistirá hasta la tumba. Te ganarás su enemistad eterna, y ellos la tuya. Vuestros encuentros a partir de ese momento serán un borrón negro y vuestra relación se convertirá en una guerra de nervios y desgaste, un carnaval perverso de agresión pasiva que os perseguirá por siempre jamás.

6

Práctica y ensayos

Practicar es importante. No obstante, es imprescindible recordar que practicar con el instrumento y ensayar las canciones es solo una parte de la guerra que acaba de empezar. Si las Fuerzas Armadas de la República Democrática de Vietnam y el Vietcong lograron plantar cara al ejército estadounidense durante la Guerra de Vietnam fue gracias a su preparación ideológica. La guerrilla del Vietcong dedicaba cuatro horas diarias a la educación política. La práctica y la instrucción de tiro constituían tan solo una pequeña parte de esas cuatro horas. La guerrilla del Vietcong se impuso a sus enemigos estadounidenses porque tenía mucho más claro por qué luchaba, mientras que sus oponentes, que contaban con un armamento y una potencia de fuego superiores, estaban políticamente confundidos.

Durante las Guerras Napoleónicas, el teórico militar y agregado del Ejército Prusiano, Carl von Clausewitz, determinó que el poderío de las fuerzas revolucionarias francesas era indomable precisamente porque luchaban por una causa. Las fuerzas opositoras estaban formadas por mercenarios y reclutas sin ningún tipo de cohesión ideológica. Por consiguiente, si tu banda dispone de una ideología sólida, es consciente de sus implicaciones y de su presentación estética, y está comprometida con la causa, será casi invencible. No es nada fácil alcanzar esa confianza en el mundo indiferente, cínico, intelectualmente paralizado, narcisista, pornohólico y postideológico en el que nos ha tocado vivir, pero aun así es posible alcanzarlo mediante autohipnosis o recurriendo a una especie de método Stanislavski.

Una vez el riguroso entrenamiento ideológico os haya llevado a la cima de la mala reputación y la infamia y os haya convertido en una banda aparentemente indomable, es crucial no caer en el orgullo desmesurado si no queréis consumiros de forma espectacular. Incluso la teóricamente imparable Grande Armée napoleónica, que tanto había impresionado a Herr Clausewitz, terminó batiéndose en retirada, sus soldados hostigados por los cosacos y ahogados a millares durante su desbandada a través de la estepa rusa. Tras su fracaso, el último bolo de Napoleón, sus «cien días», fue una reproducción barata de su carrera, algo así como el álbum *Heard Ya Missed Me* de Sly, o la canción «Free As A Bird» de los Beatles. Como es bien sabido, el

reinado de Napoleón terminó en ignominia y carnicería con la Batalla de Waterloo.

Evidentemente, para el mundo angloparlante, Waterloo es el *greatest hit* de Napoleón. No hay duda de que es por lo que mejor se le recuerda, pues catapultó la carrera del Imperio británico a su Siglo Imperial (1815-1914), durante el cual reinó sobre más de una quinta parte de la población mundial y controló una cuarta parte de la superficie terrestre en «espléndido aislamiento». Así pues, y como veremos más adelante (véase el capítulo 15, «Caballos perdedores, viejas glorias y eternas promesas»), la derrota puede hacer que uno sea aún más querido, como un animal de compañía castrado y sumiso.

Eso fue lo que sucedió, por ejemplo, tras la Guerra de Vietnam, cuando el humillado ejército de Estados Unidos se convirtió en una organización que inspiraba pena y que se pasaba la vida lloriqueando a causa de las manifestaciones contra la guerra y porque Jane Fonda los intimidaba. Aún hoy, no se puede decir nada en contra de los militares estadounidenses para no herir sus sentimientos. Después de la caída y destrucción del ejército francés en Waterloo, no hubo alumno británico que no conociera sus legendarias unidades de acorazados y su Guardia Imperial. Cuando un enemigo supone una amenaza, se le presenta como un demonio atroz, burdo y sanguinario. Una vez derrotado, en cambio, se le reconoce un cierto *glamour*, ingenio, competencia y a veces incluso estatus legendario.

Aunque eso no es exclusivo de la guerra. El gobierno de Estados Unidos no habría institucionalizado ni brindaría todos los honores a Martin Luther King si este fuera todavía un radical anticapitalista, aún vivo y coleando. Asimismo, tras la disolución de tu banda todo el mundo querrá invitarte a una cerveza y recordar tus glorias pasadas y tu heroísmo sobre el escenario. Uno también puede ver una oportunidad en la desintegración del adversario, tal como ellos harían con la tuya. Cuando tal grupo o tal otro se desmorona, su estructura arrasada puede convertirse en el trampolín desde el que iniciar tu propio ascenso al poder.

Los ensayos tendrán lugar en un «local de ensayo» específico. El «local de ensayo» será un espacio que de vez en cuando se llenará de agua o de humos de combustión, y que se infestará de termitas o de alimañas. No pasa nada. No tiene que ser un lugar cómodo y agradable, sino más bien una mazmorra inhumana que estimule tu deseo de trascendencia.



I. EL «TIEMPO UBRE» NO EXISTE

El ensayo no es solo la actividad que le da sentido al local de ensayo. Es importante distinguir entre lo que es practicar y lo que es ensayar. Uno practica a solas, para prepararse. Prepararse puede significar desde practicar con la guitarra hasta realizar cualquier actividad que mejore tus habilidades con el instrumento o en el escenario, ya sea meditar, leer un libro, ducharse o ver una película. Para el miembro de una banda, el «tiempo libre» no existe. La identidad de la banda es una constante. Uno formará parte del grupo en todo momento, a menos que deje de formar parte de él o, en otras palabras, lo echen. Por ello es obligatorio encarnar los ideales de la banda todas y cada una de las horas que uno pase despierto o durmiendo. Si las zapatillas de tenis no encajan con la identidad de la banda, ninguno de sus integrantes llevará zapatillas de tenis, ni siquiera cuando esté solo en casa o de vacaciones. Uno debe consagrar su existencia al grupo hasta que este deje de existir.

¿Y para qué hay que representar continuamente un papel? Para garantizar que, cuando llegue una «actuación», la banda sienta que es una entidad cohesionada y no una simple colección artificial de pringados con disfraces. Pero ¿por qué no se puede limitar ese papel al escenario? Porque un grupo de rock no es el *Hamlet* de Shakespeare. Su actuación no termina cuando abandona el escenario ni empieza cuando se sube a él. Un grupo es, siempre y en todo momento. Laurence Olivier podía quitarse el maquillaje y la peluca cuando por las noches abandonaba el Oíd Vic; cuando dormía en su cama era él mismo. Chaplin hablaba, Brando se despojaba de la chupa de cuero y Mae West podía olvidarse de sus números de cabaret. Si uno lee la prensa amarilla en el supermercado, se topa con glamourosas estrellas de la pantalla paseando a sus labradores en bermudas y gorra de béisbol, o junto a sus cuatro por cuatro. Ninguno de ellos hace nada por intentar convencer al público de que no son los carcas patéticos y vulgares que realmente son. La estrella de rock, en cambio, no goza de ese lujo, por lo que debe encarnar al mito hasta que se vuelva real. Debe vivir eternamente como tal. Y muchas, como Sid Vicious o Jim Morrison, mueren por ello.

Mientras rodaba películas que hoy son clásicos, como *El mensajero*, con Julie Christie, o *Rey y patria*, con Dirk Bogarde, el director Joseph Losey insistía en que sus actores no se despojaran del vestuario en ningún momento, ni siquiera para comer comida rápida o realizar otras tareas ordinarias. Pese al riesgo evidente (la ropa se podía romper o manchar), era algo necesario, pues de este modo los actores no se mostraban tan encantados con sus propios disfraces en la pantalla. Según Losey, eso garantizaba que la ropa no se convirtiese en la estrella. Lo mismo vale para un grupo de rock.

Pero ¿es necesario tanto jaleo? Sí, porque en realidad la banda de rock no gira en torno a la música, sino en torno a un modelo, un ideal. Cuando uno forma parte de un grupo, todo en la vida es un ensayo. Si uno practica cómo se va a comportar en el escenario mientras está fuera del escenario, tiene que hacer también lo contrario. El

escenario es un entorno controlado, donde cada miembro de la banda tiene una tarea específica, de modo que es relativamente fácil ensayar lo que sucederá ahí arriba. Es posible calcular los acontecimientos con bastante precisión, tal como hacen las bandas que tocan en estadios al recurrir a explosiones coreografiadas o a simulados linchamientos de enanos. En realidad, es fuera del escenario donde se pondrán a prueba sus técnicas de improvisación, vacile y elocución.

Mientras uno está en el escenario debe practicar para el tiempo que pasará fuera de este. Uno debe aprender a ser tan directamente indirecto, naturalmente consciente de sí mismo, poético, disoluto, dinámico y encantador fuera del escenario como lo es cuando se sube a la tarima. Es necesario encandilar, cautivar, hechizar y seducir tanto en una cafetería como en una sala de espera o en un cubículo de oficina.

¿Qué es una canción? Una canción es una especie de chiste o historia que se cuenta de manera concisa, con dramatismo, agudeza, reiteración estratégica de un tema (el estribillo) y pasión. Si uno es capaz de conversar con la brevedad y el control hipnótico de los «éxitos» musicales, todo irá bien. Si es capaz de reproducir en el día a día los gestos heroicos y los pavoneos propios del escenario, la cosa funcionará en todos los ámbitos de la vida.

¿Y para qué vive uno cuando forma parte de una banda? Para la banda. De forma absoluta e incondicional, como el samurái vivía para su señor feudal. Uno dispone de un tiempo limitado para practicar en el escenario: por lo general, el grupo que no encabece un cartel no podrá «actuar» durante más de treinta o treinta y cinco minutos. Por ello, es vital saber aprovechar el tiempo.

El tiempo en el escenario sirve de «práctica» para la vida, no de «ensayo». La diferencia es que ensayar significa repasar una serie de acontecimientos que sabemos que van a producirse, mientras que practicar implica adquirir una educación general, como sucede con el *dojo* japonés, una «universidad» clásica o una escuela de protocolo.

7

Grabar

Grabar un buen disco es en gran medida una cuestión de suerte. Uno puede recurrir a estudios y productores famosos, o emplear trucos conocidos, como por ejemplo utilizar tal micrófono y no tal otro para conseguir un «sonido» concreto, pero no existe ninguna fórmula que garantice nada. Constantemente se publican discos nuevos y sorprendentes que contienen ese «ingrediente mágico» (por lo menos según el público), a pesar de que se grabaron en un sótano, en un dormitorio, en un lavabo o en una nave espacial. Alan Lomax grabó sus discos *venté* junto a una carretera, donde

registró los cantos de una cadena de presidiarios, y con ellos superó a discos que habían contado con producciones millonadas y habían sido grabados en estudios de prestigio como Electric Lady, Muscle Shoals y Compass Point.

Así pues, es el carácter especial de lo que se está grabando —una canción, un cantante, un instrumento o lo que sea—, y no la técnica de grabación, lo que hace que un disco sea bueno.

El sistema capitalista y la cultura de los «expertos» nos quieren hacer creer que los discos buenos y fascinantes son el fruto de una combinación científico-mágica de grabaciones multipista, digitalización, pedales modernos o micrófonos Ribbon de Neumann, en función de cuál sea el cacharro de moda en cada momento. En gran medida, y tal y como sucedió con el *drum 'n' bass*, el *techno* o el *speed metal*, lo que consideramos innovaciones o «movimientos» en la música pop responde tan solo al uso de nuevos pedales, instrumentos o tecnología, que permiten obtener un sonido puntualmente original a oídos del público. De hecho, el mismo rock, un género difícil de definir, se podría explicar simplemente como una amplificación eléctrica de la música. Enchufar los instrumentos a amplificadores les confería un sonido peculiar que no se parecía a lo que la gente estaba acostumbrada a oír. Sin embargo, la resonancia o el impacto emocional de un disco no obedecen a circunstancias tecnológicas, sino a lo que sucedió frente al micrófono en el momento de grabarlo.

Los equipos deportivos de primera división están igualados a nivel físico, por lo que son ciertos factores psicológicos y estratégicos los que deciden el resultado: quién puede asustar, y derrotar, a quién. El rock es una forma artística subjetiva, por lo que todos los grupos están también igualados, con independencia de su «talento», cerebro y contactos. Así, los Shaggs podrían haber arrebatado a los Rolling Stones el cetro mundial si hubieran creído un poco más en sí mismos, si hubieran mostrado un poco más de sofisticación (eso es fácil de conseguir), si hubieran actuado con más voluntad y, sobre todo, si hubieran tenido más suerte.

Mientras esté en el estudio, uno debe tratar el disco que está grabando con cierto recelo: lo estás pasando bien, pero guarda las distancias. Si no quieres que te vuelvan a «hacer daño» como la última vez, no te coloques en una posición vulnerable. Tómalo con calma. Si le demuestras a la grabación que te importa demasiado, ya te puedes ir despidiendo. Cuando te pregunten por tu última grabación, responde despreocupadamente: «Pues no sé qué decirte. De momento nos lo estamos pasando bien». Tienes que convencer a la grabación de que te lleve al altar. No te declares a un disco hasta que esté terminado si no quieres que se convierta en otra relación fracasada que añadir al montón de «cosas que podrían haber sido» o de «en qué estaría yo pensando», una aventura sórdida de la que prefieres no hablar.

Después de «montar» el disco, dependerá de la psicología, la estrategia y la buena fortuna que logre convencer a alguien. A largo plazo tendrá más importancia lo que decidas incluir en el disco y en qué orden lo incluyas que todos los trucos de prestidigitación tecnocráticos con los que los ingenieros de cada estudio intentan

impresionar al posible cliente.

Se da una gran importancia al «sonido» de un grupo debido a la tecnología que interviene en una grabación. En los años veinte, los discos adquirieron la categoría de industria porque de pronto era posible reducir una canción a una circunferencia de plástico y venderla como la píldora de la propia identidad. Pero fue una innovación totalmente arbitraria lo que concedió una importancia exagerada al sonido de la banda. Si hubiera existido una tecnología similar pero aplicada, por ejemplo, al olor que desprendía la banda, la historia de qué grupos y cantantes consideramos importantes y dignos de atención sería muy distinta. Las «radios olfativas» (o «*napios* AM/FM») propagarían los olores de las diferentes bandas a las narices de los olientes, y los frasquitos con los diferentes aromas creados por las bandas se convertirían en éxitos del Aroma Parade.

En resumen, un grupo no es solo su sonido. Se trata de un todo físico que se puede ver, oler, sentir, paladear y palpar.

De hecho, la «sensación» que transmite una banda es, a corto plazo, un ingrediente crucial para explicar la simpatía que despierta, si bien ese puede ser un elemento difícil de evaluar para audiencias futuras. Al oír la leyenda de una banda como la Velvet Underground, a la que el filisteo público de su época rechazó, uno no puede dejar de percibir una cierta presunción en sus entusiastas actuales, que sacan pecho orgullosamente por ser más adelantados, listos y entendidos que los contemporáneos de la banda. Mires donde mires, y prestando la suficiente atención, verás otra camiseta de la Velvet Underground que alguien viste con suma petulancia para demostrar que sabe un montón y que supera con creces a los espectadores originales de la banda.



Es posible que las bandas que fracasaron en su propia época a pesar de grabar canciones pegadizas, de llevar gafas molonas y cuellos de cisne, y de gozar de buenos contactos, transmitieran una mala «sensación» a la audiencia. Desde luego, no cuesta mucho imaginar que una banda como la Velvet Underground adoptara una actitud cínica y malhumorada, como si tuviera el éxito asegurado, y que eso, de un modo u otro, transmitiera «malas vibras». El público no querrá necesariamente recompensar ese tipo de actitudes ni comprando los discos del grupo ni dedicándole sus aplausos.

A la inversa, bandas que en su momento transmitieron buenas «sensaciones» (como los Grateful Dead, Grand Funk, Free o los Association) pueden resultar difíciles de entender para oyentes de eras posteriores que no están al tanto de las feromonas que dichas bandas liberaban en sus conciertos. La naturaleza desconcertante del carisma que este tipo de bandas tenían en directo hace pensar que el público de otras épocas era sordo, mudo y falto de sentido, digan lo que digan los fans incondicionales que aún sobreviven y que no se cansan de repetir eso de: «Tendríais que haber estado allí».

8

El productor

A diferencia de lo que sucede con el olor y el sabor de un grupo, es posible trasladar a un disco parte de la «sensación», esa calidad inefable, que este transmite. Si una banda no posee un gran sonido pero en cambio sí genera «buenas vibraciones», debe hacer lo posible por trasladarlas a sus discos. Asimismo, una banda que tenga la desgracia de generar «malas vibraciones» puede compensarlo con la buena sensación que transmita un productor musical particularmente hábil.

La figura del productor es distinta a la del ingeniero musical. El ingeniero es una especie de apagafuegos técnico —el encargado de enchufar los micrófonos, pulsar botones y velar por que el estudio de grabación funcione—, mientras que el productor es una especie de hechicero (o hechicera) que debe crear cierta atmósfera para la grabación. «Productor» es una denominación abierta, que se presta a diversos papeles. Algunos productores asignan canciones a cantantes concretos, otros son teóricos áuricos, otros son conceptualistas, y muchos de ellos tienen contactos con chamanes y curanderos. A todos se les contrata para que aporten una personalidad, sensibilidad o feeling al disco, algo que la banda considera que equilibrará o aumentará las propias.



Los productores de éxito han logrado crearse un nombre de marca. Se inventan, amplifican y alimentan excentricidades personales para acrecentar la leyenda del productor. La mitología sobre la actitud imprevisible de un productor puede otorgar una narrativa más digerible a un disco aburrido o simplemente correcto, de modo que los productores desequilibrados tienen más ofertas y se les paga mejor para que amenacen a los músicos con una pistola, se pasen dieciocho meses para mezclar una sola canción, defequen sobre la tabla de mezclas, etcétera. Los productores realmente famosos son sinónimo de este tipo de

payasadas «rebeldes» y antisociales. La simple mención de sus nombres hace que se arqueen un montón de cejas y pueden ayudar a promocionar los «álbumes» de la banda que trabaje con ellos.

Al grabar una canción, lo habitual es hacerlo en varias «pistas». En su día, los miembros de una banda grababan juntos y al mismo tiempo en una sola pista de la cinta. En un momento dado se desarrolló una cinta que contenía varias pistas paralelas y que permitió el uso de multipistas. Lo normal es que cada una de estas pistas se utilice para un instrumento, un efecto de sonido o una voz, según la banda considere oportuno. En función de la tecnología utilizada, puede haber desde una sola pista hasta un número infinito de ellas. Las pistas que queden vacías al terminar la instrumentación básica pueden usarse para overdubs, double-tracking (una voz o un instrumento que repite o «dobla» su parte), o para grabar mensajes secretos que, reproducidos marcha atrás, hablen sobre drogas y satanismo. El proceso de grabación por pistas puede implicar que los instrumentistas graben por separado, a veces incluso en días distintos.

Esta situación de aislamiento pondrá en relieve las manías y errores del músico, algo que puede minar su confianza y amenazar la sinergia que generan los miembros de la banda cuando tocan juntos. Este proceso de desenmascaramiento generará inseguridad y provocará lágrimas, invectivas, drama y una sensación general desagradable. Cuando el grupo entra en este estado de introspección es cuando se vuelve más vulnerable. Ese es el motivo por el que se contrata a un productor: para que haya una voz externa que anime a los componentes de la banda a actuar con cortesía mutua, que apele al espíritu de equipo y que haga de Mesías, devorador de pecados, filósofo, terapeuta y cabeza de turco.

Después de grabar las pistas básicas (el fondo instrumental, por ejemplo la batería, el bajo y la guitarra rítmica), el cantante o cantantes deben realizar su «aportación». Cantar a solas en una cabina de voz exacerbará tanto la prepotencia del cantante como el resentimiento del resto de la banda. Se trata de una dinámica inevitable dentro del grupo. El productor musical es una figura vital a la hora de sofocar los rencores personales entre los miembros del grupo en el estudio. Como outsider prescindible en el entorno de grabación, el productor puede ser usado por el cantante como chivo expiatorio para desviar el odio del resto del grupo hacia su persona. El productor también puede convertirse en aliado y confidente, un verdadero colaborador artístico para el cantante.

Tras terminar la grabación empieza el proceso de mezclado. Este proceso suele verse como una ceremonia mágica de alumbramiento tecnológico que puede durar días, semanas o a veces incluso meses. En su día esta fase recibió el nombre de «equilibrado», pues es cuando se equilibran los volúmenes de los diversos instrumentos y voces que se mezclan en el «master» o versión final. Durante la mezcla se pueden aplicar efectos sonoros como reverberaciones y delays a los instrumentos, y, si se mezcla en estéreo, las diversas pistas pueden desplazarse varios

grados a derecha e izquierda, lo que equivale a un intento de transmitir una imagen visual de la banda en la que el campo visual se sustituye por el espectro sonoro. De hecho, el proceso de mezcla en el rock equivale a pintar un cuadro al óleo. En cambio, la grabación en mono, que se abandonó a mediados de la década de los sesenta, se parecía más a la creación de monotipias o serigrafías.

Hay muchas canciones, particularmente de los inicios del hip-hop y la música dance, que alimentan la mitología del proceso de mezcla de discos («In the Mix» de Zapp & Rogers, o «Fix It in the Mix», de Pretty Tony). Se creía que una mezcla bien hecha era un factor decisivo que aportaba ese plus especial que podía hacer de una canción un éxito. Sin embargo esa visión es fruto del egocentrismo de los productores, ya que una mezcla no puede transmitir humor, ni patetismo, ni una melodía cautivadora a una canción que no la tenga. La mezcla, eso sí, aportará una determinada sensibilidad al disco e informará al oyente del sistema de valores e intenciones de la banda, por ejemplo, el volumen de la batería en función de la naturalezaailable de la música, o el uso de reverberación, que suele implicar un ambiente «onírico» o «surrealista» que, a su vez, puede apuntar a una ideología misteriosa o de evasión.

Cuando el disco está mezclado llega a manos del ingeniero, que debe encargarse del master. La «masterización» consiste en eliminar las frecuencias altas y bajas para crear un medio tolerable que pueda gustar a una hipotética población general. Tras la masterización del disco, se manda una copia de prueba a la banda para que esta dé su aprobación. No hace falta ni que la escuches. Te sonará diferente que a otra gente, de la misma forma que los demás te ven distinto a como tú te ves a ti mismo. ¿Qué sentido tiene mirarnos eternamente en el espejo si nunca llegaremos a vernos realmente? Asegúrate solo de no tener comida en la cara y a otra cosa, mariposa.

Del mismo modo que nadie puede ver ni oír realmente las cosas que hace, las bandas a las que uno conoce personalmente sonarán distintas a las que no conoce. Por ello, al principio es fundamental congraciarse con el público. Como un político en campaña, tendrás que besar bebés, codearte con la plebe y abrazar al personal. Más tarde, una vez lograda la fama, deberás cambiar súbitamente y rehuir las multitudes.

9

La furgoneta

Irónicamente, todas las bandas están atadas a un destino automovilístico. Y el automóvil es, por supuesto, el principal culpable de la destrucción del mundo mediante el calentamiento global, la expansión de los barrios residenciales y las guerras por controlar el petróleo. Este hecho subraya la paradoja de la banda, que

asegura abrazar un ideal artístico utópico acelerado, pero cuyos miembros pasan la mayor parte del tiempo convertidos en camioneros.

Sin embargo, y a diferencia de los camioneros, la banda no tiene ni sindicato, ni forma de protestar contra la clase dominante. De hecho, el modelo de trabajo de los grupos independientes es una mezcla primitiva e incompleta del de los juglares de los Años Oscuros y el de una mujer Avon. A lo mejor las bandas deberían plantearse la opción de montar sindicatos como los camioneros y dedicarse a transportar algún tipo de carga de espectáculo en espectáculo.

Hank Williams bautizó el autobús en el que salía de gira con el nombre de «Bucephalus» en honor al caballo de guerra de Alejandro Magno. La creencia de que el músico es un conquistador imperial en misión heroica siempre ha estado implícita en la vanidad de las bandas, antes y después de Williams.

El vehículo en el que se traslada una banda (como los zapatos que llevan sus miembros o la marca de guitarras que usan) es un indicador, consciente o inconsciente, de a qué público se dirige. Entre las bandas de los sesenta, la moda era viajar en un coche fúnebre o en una ambulancia con el logotipo o la insignia del grupo pintado en el costado. Ostentosamente aparcado delante del lugar donde se celebrara el baile universitario, el vehículo advertía a los asistentes al concierto de que la banda tenía todo el derecho a presentarse como un conjunto salvaje, despreocupado y estilizadamente extravagante. Sin embargo, esos vehículos tan poco fiables pronto pasaron de moda y fueron sustituidos por un fetichismo institucionalizado por las furgonetas de reparto, cuanto más corrientes y sencillas, mejor.

Durante esa fase se consideró que la Ford Econoline y la Dodge Ram eran duras y «auténticas», mientras que las minicaravanas o los coches familiares constituían un motivo de humillación, pues eran afeminados, pijos y carcas. Eso ha cambiado, en cierto modo, desde que las bandas se han visto reducidas a dos personas que hacen música electrónica o folk. En el momento de escribir estas líneas, alquilar una minicaravana denota una forma de ser despreocupada, chachi y sofisticada. Sus asientos cómodos con receptáculos para bebidas permiten evitar el estresante rugido del motor de la furgoneta de reparto. Como las bandas inglesas de mediados de los sesenta, que no tenían ningún reparo en salir por la tele haciendo *playback*, libres del estorbo que suponen cables y amplificadores, la banda «indie» moderna busca insinuar la riqueza y la regalada existencia privilegiada de las que goza. Poseer una caravana parece un fastidio sucio y proletario.

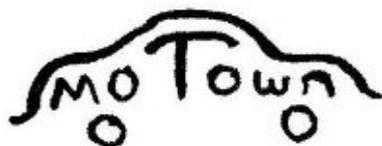
Cuando consigue el éxito, se supone que el grupo debe contratar a un conductor y alquilar un bus con el que salir de gira. Ciertamente se trata de una forma bastante cara de aparentar, pero aun así hasta cierto punto es poco menos que una obligación, equiparable al *jet* privado para una empresa de éxito.

Las bandas establecidas hablan de sus conductores y del pestazo que echa el lavabo averiado del bus del mismo modo en que los músicos jóvenes lo hacen de

clubes y promotores. El bus de gira aparcado junto a la acera de un club o un teatro es un accesorio perfecto, como lo son los tráileres articulados que gastan los artistas de gama superior. En cuanto se consigue una cierta envergadura, todos los avíos se vuelven invisibles, y la estrella se presenta ante el público libre de responsabilidades, como un jefe nómada o una divinidad astral.

La furgoneta, el buque insignia que debe trasladar a la banda de ciudad en ciudad, contiene su ropa, equipo y personal. Es tan indispensable para una formación como los instrumentos. La mecanización del grupo mediante estos artilugios que funcionan a base de electricidad y gasolina valida el insulso producto que este ofrece al público. Durante la Revolución Industrial (y posteriormente durante la era nuclear y la era del espacio), las máquinas no solo se convirtieron en herramientas útiles para los humanos, sino que se consideraron elementos indispensables para la comunicación.

Ya en el siglo XVIII, las máquinas empezaron a desplazar a especialistas, artesanos y granjeros. El agricultor se vio sustituido por la trilladora y el sastre por la máquina de coser, el otrora poderoso soldado de caballería fue apeado de su corcel con una metralleta y las obras de teatro se vieron reemplazadas por las películas. Los obreros de todos los oficios tuvieron que hacerse a un lado y dejar sitio para unas máquinas ruidosas y apestosas que devoraban seres humanos con total eficiencia.



Con la sociedad completamente mecanizada, el estado natural de la humanidad pasó a considerarse una debilidad, algo embarazoso y defectuoso que requería mejoras industriales. Los humanos no podían ir muy deprisa, por ejemplo, y tenían el corazón débil. Eran ineficientes. Su piel no era metálica y, por lo tanto, no se les podía dar una buena mano de pintura. Con el tiempo, no solo los «oficios», sino también las comunicaciones y la expresión en general empezaron a considerarse insuficientes si en ellos no mediaba la mecanización.

El teléfono y el micrófono se inventaron porque la gente se sentía más cómoda si podía hablar a través de una máquina que hiciera de enlace e intermediario, algo que diera a sus voces el trino eléctrico propio de la era de la mecanización y los eximiera de utilizar la acústica natural, propia de animales del bosque y cavernícolas. La condición humana inspiraba una vergüenza generalizada. La letra de los humanos se consideraba deficiente, de modo se inventó la máquina de escribir para sustituirla. Las fotografías relegaron los cuadros y la memoria a un segundo plano. La gente no podía tocar música directamente con un piano o una guitarra, sino que tenían que pasar a través de unas máquinas llamadas radio y tocadiscos. La música en directo era legítima tan solo si se transmitía a través de altavoces o amplificadores enormes.

En realidad, los instrumentos eléctricos y los amplificadores que utiliza una banda

de rock beben de esa misma tradición consistente en asumir una identidad fabril y constituyen una forma de insertar componentes mecánicos en el grupo musical para así rescatarlo de su patética y sórdida humanidad.

El tabaco fue otro intento de industrializar a la persona. Ante la magia de las fábricas, que expulsaban humo heroicamente mientras trabajaban sin descanso para mejorar la sociedad, muchas personas sintieron la necesidad de contribuir o, cuando menos, amoldarse. El cigarrillo encendido vinculaba a la humanidad con sus fábricas. Sin embargo, a partir del momento en que las nauseabundas torres industriales se introdujeron en el Tercer Mundo, el humo dejó de ser un elemento sexy y sinónimo de progreso, y fumar se convirtió en una actividad esencialmente prohibida, de clase baja y degenerada. Hoy en día, si eres fumador difícilmente te darán el Nobel.

En cuanto los cigarrillos perdieron su prestigio se vieron reemplazados casi de inmediato por los teléfonos móviles. El móvil es la versión postindustrial de este fenómeno. Cuando una persona utiliza el móvil, lo que intenta en realidad es cerrar la brecha que la separa de sus nuevos dioses, los ordenadores. En la sociedad digital, el humo de las chimeneas de las fábricas se ha visto sustituido por los satélites radiales. Y cuando uno no está utilizando el móvil-ordenador (cosa que no pasa casi nunca), lo importante es llevar un café en un vaso de papel, que hace las veces de depósito de combustible. He aquí otro gesto asimilacionista por parte de la humanidad para congraciarse con sus amos, las máquinas. El vaso de café le lanza un mensaje claro a nuestro coche: «¡Fíjate! ¡Soy como tú!».

La invención del coche supuso realmente un intento de mecanizar al humano, de crear un ciborg. Los primeros teóricos del automóvil no concibieron el coche como algo de lo que se tuviera que entrar y salir, sino como una extensión del propio cuerpo que con el tiempo, y por medio bien de la ciencia, bien de la evolución, debía convertirse en un accesorio permanente. En el momento álgido de la era del automóvil (las décadas de los cuarenta, cincuenta y sesenta), el coche se presentaba como una pareja sexual tanto para el hombre como para la mujer. La gente se uniría física, psíquica y sexualmente a su coche y se acabarían los matrimonios fracasados y la procreación: bastaría con disponer siempre del último modelo. Todo formaba parte de un noble sueño utópico que debía liberar a los ciudadanos de sus débiles piernas, sus pobres carros y sus agobiantes vidas domésticas.

Cuando en 1956 el presidente Eisenhower introdujo el Sistema Nacional de Autopistas Interestatales y de Defensa, o simplemente «las interestatales», con el pretexto de que se trataba de un sistema militar de defensa, los conductores empezaron a gozar de una experiencia totalmente autónoma de la realidad, pues ya no tenían que preocuparse por el tráfico, los semáforos, los cruces, los peatones, y ni siquiera por lo que hubiese junto a la carretera. Las empresas petroleras, de automóviles y de neumáticos, que llevaban tiempo ejerciendo presiones para que se construyera la red de autopistas, mostraron su euforia porque finalmente sus inventos disponían de un lugar donde vagar a voluntad y comportarse como las máquinas que

eran. Conducir por los carriles extraanchos de las autopistas interestatales dio lugar a un nuevo tipo de pensamiento solipsista y ultraindividualista.

Como las interestatales se habían financiado con el pretexto de que constituían un sistema de defensa para el traslado de tropas y el aterrizaje de aviones, era fundamental que junto a la calzada no hubiera ni matorrales ni viviendas. Así, la vista desde cualquier carretera es siempre confusamente parecida, con independencia del estado o región donde uno se halle. Eso aumenta la sensación del usuario de las autopistas de ser alguien singular y sumamente importante.

Cuando unas décadas más tarde apareció Internet, financiado también como herramienta militar, se convirtió en una especie de extensión de esa «mentalidad de autopista», con su indiferencia respecto a la humanidad y sus circunstancias. Actualmente, sumidos en el paradigma de Internet y la tecnología digital, las autopistas nos parecen increíblemente arcaicas y, mientras conducimos por ellas, no podemos evitar preguntarnos: «¿Por qué no puedo llegar a mi destino mandando un email?».

Las bandas de moteros y los camioneros estuvieron a punto de hacer realidad el sueño de la industria de crear un hombre-máquina. Alimentado con pastillas y comida grasienta, absolutamente identificado con su vehículo e indispensable para la sociedad mecanizada, el camionero parecía la fusión total de carne y acero. En los años cincuenta abundaba entre las canciones la mitología sobre camioneros: «Passing Zone Blues», de Coleman Wilson, «Six Days on the Road», de Swanee Caldwell, o «Gear Jammer», de Jimmy Logsdon's. Sin embargo, las mundanas costumbres de los camioneros fuera de la carretera y su conducta proletaria los convertían no en un modelo a imitar, sino en otro circo ambulante que despertaba los temores de la clase media. Por su parte, las bandas de moteros, que con su desprecio por el tedio burgués y su pasión viajera parecieron por un momento encarnar la utopía de la sociedad de posguerra, degeneraron muy pronto en pandillas mañosas de rufianes, delincuentes y racistas.

Hoy en día, más que ninguna otra subcultura, la banda de música sigue encarnando la visión ciborg del viejo Detroit. Conectada a sus amplificadores cuando se encuentran lejos de sus vehículos y unidos inextricablemente a sus instrumentos-máquinas electrificados, dependen de la furgoneta, la carretera, los neumáticos y la gasolina como sucede en cualquier otra profesión. Sin embargo, y a diferencia de los camioneros, taxistas y clubes de motoristas con quienes comparte la calzada, la banda de música está imbuida de la nobleza inherente a la clase «artística», que lucha por conservar su visión contra viento y marea. De todas las criaturas que pueblan la autopista, la banda es la que más habría enorgullecido a los soñadores Big Three (Ford, General Motors y Chrysler).

La discográfica

En un momento dado, el grupo deberá buscar una discográfica que le publique las grabaciones. Esta organización cumple varias funciones: financia la grabación en sí, interviene como supervisor mecánico de todo el proceso —masterización, impresión del vinilo y de la carátula— y distribuye el disco. El sello puede hacer también las veces de enlace con la prensa y encargarse de promocionar el disco o los discos que publique. Se supone que los sellos discográficos deben ser unos contables excelentes y abonar a las bandas los *royalties* generados en función de las unidades vendidas a lo largo de los años, o incluso de las décadas. Eso, desde luego, no sucede casi nunca, no necesariamente por malicia o avaricia, sino más bien a causa de confusiones, bancarrotas, falta de interés o manías personales.



Algunos sellos discográficos están dirigidos por entusiastas desde sus dormitorios, otros son negocios «independientes», algunos son tapaderas para organizaciones criminales y los hay que son empresas subsidiarias de corporaciones multinacionales.

Ciertos sellos pagan un «anticipo», algo así como un préstamo a cuenta del dinero que se supone que la banda obtendrá de la venta de un disco. En el punto especulativo más elevado de la era de las bandas, ese anticipo solía ser una suma astronómica. Otros sellos dividen los beneficios después de cubrir gastos, o pagan a los músicos en ropa o coches. Muchos grupos de los sesenta, como por ejemplo los Bee Gees, iban vestidos siempre a la moda con la ropa que recibían a cambio de grabar un éxito tras otro. Muchos sellos discográficos nunca pagan nada a nadie. Algunos sellos solo pierden dinero. También es habitual que una banda funde una empresa discográfica para publicar sus propios discos.

Fundar una empresa discográfica es tan fácil como inventar un nombre y, si uno es lo bastante ambicioso, tal vez también un logo. Los nombres de los sellos discográficos deben transmitir un autoritarismo despótico (Capitol, Columbia, Imperial, King, Liberty o SST), emoción (Smash, M-Pac, Mar-V-Lus, Impulse o Touch & Go) o remitir a la contracultura *beatnik* (Way Out, Blue Note, Gone, End o Blue Cat). Sin embargo, por lo general el nombre de un sello discográfico es más un misterio, una expresión sin sentido, un neologismo o una creación ocasional fruto de una combinación de nombres. Ejemplos de ello pueden ser Phyllis (Phil Spector y Lester Still), Paxley (Gary Paxton y Kim Fowley), Stax (Jim Stewart y Estelle Axton), Vee-Jay (Vivian Carter y James C. Bracken) o Abnak (bautizada en honor a John Abdnor). Algunos nombres de sellos discográficos son combinaciones de palabras, herederos de la tradición de Lewis Carroll y su «*slithy*» (una combinación entre «*slimy*» y «*lithe*»)^[*] Motown, Rowax, Deesu, Key-Loc, Sansu, One-Derful, ATCO, Colpix, Colgems, Decca, Jay-Gee, TEO o Acta son solo algunos ejemplos de

ingeniería verbal desarrollada por los directores de sellos discográficos.

Teniendo en cuenta que la banda de rock fue un producto de la Guerra Fría y que su proliferación internacional sirvió de arma propagandística a los países capitalistas, no es de extrañar que el uso de neologismos y combinaciones de palabras en el rock de los años cincuenta y sesenta derive del uso militar de estas formas en Estados Unidos y la URSS, en particular por parte de sus secciones de inteligencia. Los soviéticos empezaron a dar un aire futurista a su lengua inmediatamente después de su victoria revolucionaria, con la introducción en su terminología de palabras como «*agitprop*», «*gulag*», «*spetsnaz*» o «*Smersh*» (la organización precursora del KGB, cuyo nombre procede de las palabras «*smert spionam*» o «muerte a los espías»).



Los ideólogos soviéticos insistían en la precisión «científica» del socialismo, y estaban convencidos de que la tecnología desencadenaría no solo la victoria de la URSS sobre sus acosadores imperialistas, sino también de la humanidad sobre sus aflicciones. Su lenguaje reflejaba este enfoque de la naturaleza y el mundo con una moderna combinación de las palabras. Así, los soviéticos denominaron «psicotrónica» al estudio del control mental a través de la hipnosis, la sugestión, la lingüística y la parapsicología —percepción extrasensorial, clarividencia, telepatía, etcétera—. Cuando la CIA descubrió estos estudios, cundió el pánico ante la posibilidad de que los soviéticos estuvieran tomando ventaja en la «guerra parapsicológica». Y como la Guerra Fría era una competición no solo propagandística y militar, sino también conceptual y de estilo, el ejército estadounidense no tardó en seguir el ejemplo. Así, durante la invasión de Vietnam, los soldados estadounidenses hablaban un idioma incomprensible que contenía palabras como «*opcons*» «*repo-deps*» «*remfs*», «*fugazis*», «*fubars*», «*sitreps*», «*aircav*», «*chi-coms*», «*depcomnavcents*» y «*det-cords*». La guerra en el extranjero se libró paralelamente a una guerra contra la población de Estados Unidos, en la que se empleó «*hum-int*» (inteligencia humana) para infiltrar a miembros del «COINTELPRO» (Programa de Contrainteligencia) en los grupos de activistas para posteriormente erradicarlos utilizando equipos del SWAT (Armas y Tácticas Especiales) del FBI.

Los psicólogos consideran que este tipo de neologismos y juegos de palabras suelen ser un indicador de trastornos mentales psicóticos como la esquizofrenia, o de daños cerebrales graves. Como los conciertos de rock son al mismo tiempo una celebración y una escenificación de comportamientos irracionales, esquizofrénicos, maníaco-depresivos y, en general, dementes, (véase «*I'll Go Crazy*» de James Brown, «*Crazy Love*» de Buddy Guy, o «*It's a Mad, Mad, Mad, Mad World*» de las Shirelles), esta adopción de un lenguaje enfermo-militar no es ninguna coincidencia.

De hecho, las primeras décadas del rock coincidieron con el alistamiento obligatorio. Muchas estrellas del rock fueron llamadas a filas, entre ellas Elvis Presley, Clyde McPhatter, Lou Rawls, Lee Hazlewood, Jimi Hendrix y John Fogerty.

Mientras prestaba servicio, el roquero era adiestrado en actitudes sociópatas como por ejemplo asesinar en masa, rociar a seres humanos con napalm, bombardear aldeas y erradicar los sentimientos personales de empatía. Al mismo tiempo, aprendió a depender de diversos tipos de anfetamina y sedantes, que le permitían mantenerse constantemente despierto para realizar «maniobras», y dormir cuando era conveniente. El soldado tenía que ser una máquina de matar sedienta de sangre, y sus adiestradores recurrían a los últimos avances de las ciencias psicológica y farmacéutica para inducir esa transformación. Los soldados estadounidenses pasaban la mayor parte de su etapa en activo en un estado de alucinación psicótica permanente, estuvieran o no en el extranjero, y a menudo se los utilizaba como cobayas para probar los últimos derivados opiáceos, psicodélicos y de cocaína sintética. Cuando los licenciaron, esos soldados-Frankenstein creados por el gobierno, con las adicciones y la destrucción moral que heredaron del ejército, crearon la cultura de las drogas que definió la década de los sesenta (cuando menos en el imaginario popular).

De hecho, gran parte de la música rock se puede ver como una versión traumática de los gritos propios de la instrucción militar. El absurdo, la vulgaridad, la alienación sexual y la locura estridente de gran parte de la música rock constituyen un *flashback* o un intento terapéutico de recuperación de los abusos sufridos en el ejército. El modelo operativo jerárquico, patriarcal e implacable de las primeras bandas de rock es también una actitud adquirida durante esos orígenes de represión.

Los anteriormente mencionados neologismos en los nombres de los sellos discográficos quisieron institucionalizar la terminología de estilo militar como una forma de oscurantismo o jerga especial encaminada a confundir, controlar y desalentar a los *outsiders*. Para los militares, establecer una moral autónoma en sus tropas constituye un elemento fundamental de su capacidad operativa. Otorgar sentido a lo que no lo tiene es un mecanismo de guerra psicológica y un recurso de ingeniería lingüística que tiene como objetivo instaurar una cosmovisión distinta e independiente. Las fuerzas armadas fomentan este elitismo o separación del mundo. Los militares y ex militares viven convencidos de que forman parte de una casta especial, superior a la de los civiles ignorantes, que nunca sabrán lo que los iniciados comprenden o han experimentado. Los coches y camiones de los ex militares están plagados de símbolos sectarios que incluyen los nombres, números e insignias de sus regimientos, divisiones o escuadrones de la muerte particulares. Estas personas invocan los nombres exóticos de masacres lejanas con una reverencia solemne que revela su odio por los civiles. La presencia de tantos ex soldados en las primeras bandas de rock hizo que su tendencia a la exclusividad y a un estilo masónico de mostrar «secretos en público» se extendiera por la cultura roquera. Los nombres de los sellos, que adornaban singles y LP, eran emblemas temibles pero atractivos, que empujaban al potencial seguidor a unirse a una orden esotérica.

Aunque en la actualidad la discografía ha perdido parte de su peso en la identidad

de la banda, en su día fue un embellecimiento fundamental de la carátula, hasta el punto de que a menudo llegaba incluso a eclipsar el nombre del «artista». La discográfica tenía con la banda la misma relación que el estado totalitario tiene con el individuo, o el ejército con el recluta. Todo quedaba en manos de la autoridad de la discográfica, que elegía qué canciones se publicaban, qué aspecto tendría la carátula del disco y quién produciría una grabación o incluso participaría en ella.

Las bandas firmaban contratos que las obligaban a trabajar para la discográfica durante un período de tiempo determinado o a publicar un número de discos concreto. Un músico no podía tocar en otra banda si no obtenía permiso explícito, y aun así por lo general había que especificar eso de que «tal músico aparece por cortesía de tal discográfica». El grupo o el músico eran propiedades que sus dueños intercambiaban o se prestaban para sus propios beneficios. Muchos grupos, como los Who, tenían copropietarios que discutían sobre su futuro e invertían en ellos como quien invierte en un bar o un restaurante, y que contrataban a los miembros como quien contrata camareros o bármanes para una discoteca.

Algunos sellos de jazz, como Impulse! o Blue Note, estaban muy preocupados por crear una marca uniforme. Como McDonald's o Starbucks, la clave de su estrategia de ventas se basaba en una identidad que generara confianza. Todos sus productos tenían un aspecto similar y el sonido de sus discos ofrecía variaciones apenas discernibles de un mismo modelo único. No era raro que cinco discos de jazz de cinco artistas distintos contaran con los mismos cinco músicos. En el rock, los sellos eran más reactivos y daban respuesta a las tendencias que se desarrollaban en la cultura (por ejemplo las modas de baile o de vestir), o intentaban inventar tendencias nuevas. Por ello, los sellos pop, obedeciendo a los caprichos del mercado, tenían una identidad de marca menos definida, si bien Motown, la fábrica de éxitos de Detroit cuyo proceso de producción se dice que imitaba la cadena de montaje de la empresa automovilística de Henry Ford, constituyó una excepción notable.

Atlantic Records también comercializaba pop y jazz, pero se especializó en música soul R&B, que publicitaba como una versión más seria y «auténtica» del rock 'n' roll negro dirigido a los adolescentes. La única diferencia real era que los discos de Atlantic eran más aburridos. No obstante, desde el momento en que el rock 'n' roll se presentó como música seria y auténtica que, por lo tanto, estudiantes universitarios, intelectuales y estetas en general podían escuchar respetablemente, el jazz en tanto que economía funcional tuvo los días contados.

Existe un mito que las bandas alimentan por miedo y también para potenciar el efecto teatral, según el cual tienen que asociarse con un sello discográfico consolidado si quieren cuajar entre los entusiastas musicales de todo el mundo. De hecho, cualquier discográfica que domine de esta manera el interés del público se convertirá en una suerte de culto que competirá con tu grupo desde una posición considerablemente aventajada. Tu sumisión a la discográfica beneficiará más a la mística de su sello que al grupo en sí. No solo eso: en este momento, los sellos

discográficos tienen la misma relevancia que una pegatina en el parachoques del coche, y más o menos la misma potencia que el motor de ese coche. Ya no son las máquinas totalitarias de forjar estrellas que sus perturbados fundadores imaginaron. Mucho más interesante que convertir la discográfica —con su modelo de negocio pequeño-burgués— en un elemento central de la identidad de la banda, será establecer alianzas con personajes que puedan aumentar el prestigio del grupo en otros círculos.

Como cuando Bowie se asoció con William S. Burroughs, la banda moderna debe realizar incursiones colonizadoras también en otros ámbitos. Es posible que en Estados Unidos no queden ya ni organizaciones ni famosos aceptables, de modo que habrá que buscar esos colaboradores en los últimos bastiones de resistencia contra la cultura imperialista: Zimbabue, Irán, Corea del Norte, Venezuela, Bolivia y Cuba. Los consorcios de comercialización de vodka, los fabricantes de automóviles, el Banco Mundial, las empresas de aspirinas, los grupos de inversión y las cadenas hoteleras no son socios deseables ni legítimos. Un grupo guerrillero extranjero, un poeta encarcelado, grupos de defensa de los derechos de las culturas nativas, entomólogos radicales, observadores de volcanes, filósofos proscritos y granjeros okupas, en cambio, sí lo son. En definitiva, los sellos discográficos deben convertirse en otro elemento de información asociativa al servicio de la banda, en combinación con su nombre e ideas.

11

Sexo

Un elemento central del mito de la música es que, como en su día el término «rock 'n' roll» fue un eufemismo para designar la cópula, los miembros de las bandas de rock deben comportarse como si fueran maníacos sexuales y entretener a sus biógrafos con episodios épicos de barbarie erótica.

En realidad, el rock 'n' roll no es sexo, sino precisamente un sustituto de las conquistas eróticas. Los buenos músicos deben abstenerse totalmente de mantener relaciones sexuales si quieren conservar su energía *chi* tanto en el escenario como en el estudio de grabación. La relativa facilidad con que se realizan conquistas sexuales en el mundo moderno es la culpable de que la música contemporánea sea tan asquerosamente mediocre.

Al contrario, hay que reservar el erotismo para el público, que debe ser el único destinatario del afecto de un roquero por lo demás casto. Es necesario escenificar la relación erótica entre músico y espectador, hay que hacer referencia a ella y presentarla como algo inevitable, pero no se puede consumir. Si la rapacidad carnal del artista se manifiesta en el ámbito de la realidad e implica a un seguidor de la

banda, el resto de fans (reales e imaginarios) se sentirán traicionados, como si les hubieran puesto los cuernos. Peor aún, si el intérprete queda satisfecho, la compulsión de impresionarlo quedará anulada.

I. GROUPIES

Por supuesto, lo que acabamos de exponer choca frontalmente con las expectativas de la banda y de la programación social de la industria musical, que vende la moto de un estilo de vida de «marinero de permiso» rodeado de *groupies*.

Actualmente, se considera a las *groupies* un complemento riguroso del estrellato y forman parte integral de nuestra mitología cultural. No obstante, perviven una serie de preguntas. ¿Existen realmente? Y, si es así, ¿quiénes son? ¿De dónde salen?

Para entender los orígenes del fenómeno *groupie* antes debemos comprender los orígenes del grupo moderno.

Tiempo ha, la palabra «grupo» denominaba simplemente una «agrupación formada por más de dos personas». Sin embargo, a mediados del siglo xx el término empezó a aplicarse a los grupos de música. El grupo era una combinación de «pandilla» y «troupe». Un grupo era un conjunto musical que actuaba bajo un nombre colectivo como los Shadows o los Chantays, en una imitación consciente de las omnipresentes pandillas urbanas que aterrorizaron a la sociedad durante toda la Revolución Industrial.

Con el cambio de nombre, cambió también el significado de la música, que dejó de ser la banda sonora de una velada o un elemento que acompañaba al baile. De pronto, y debido a la alienación urbana, la ignorancia provocada por la televisión, la proliferación de los transistores y las radios, y la insensatez de los gobiernos con capacidad nuclear, las bandas musicales se convirtieron en líderes culturales, fundamentales para la identidad personal hasta extremos previamente insospechados.

«¿Qué otra cosa vamos a hacer? ¿Ver la tele? ¡La música lo es todo! ¡Y las bandas son buenísimas!», exclama una de las participantes en el disco documental-entrevista de Alan Lorber *The Groupies* (Earth Records, 1969), una colección de conversaciones con mujeres que narran sus experiencias como *groupies*. La cita explica de forma sucinta el importantísimo papel que los grupos tuvieron en su día.

Con el nuevo estatus de las bandas surgieron también nuevos mitos, incluido el de las *groupies*, o personas que desean acostarse con los miembros de una banda por el simple hecho de formar parte del ella.

No hace falta decir que inicialmente las *groupies* no existían. Eran una idea, no una realidad. Pero a mediados de los sesenta, y a medida que los grupos se fueron volviendo más esotéricos y afeminados, la industria musical realizó un esfuerzo colectivo para que esa figura se convirtiera en algo real. Dicho esfuerzo incluyó una gran campaña propagandística en películas, libros, discos y artículos de prensa para promulgar el mito de la *groupie* y celebrar su picara promiscuidad. La propaganda casi nunca incorporó consortes masculinos. Uno de esos artículos, publicado en la

revista *Time* en 1969, proclamaba: «La diferencia básica entre las fans históricas de antaño y las actuales groupies es que las groupies (conocidas también como las “geishas del rock”) normalmente logran satisfacer sus fantasías eróticas».

«Hay groupies especializadas en bandas inglesas... que se pasean por ahí con vestidos transparentes y sujetadores de la 98D», explicaba una de las entrevistadas de Lorber, que se definía a sí misma como groupie.

En 1970, la revista *Rolling Stone* publicó un libro sobre las groupies, titulado *Groupies and Other Girls*, que incluía la siguiente descripción: «Las groupies son chicas multiuso que persiguen a las estrellas del rock 'n' roll de camerino en camerino y de motel en motel. Las groupies son las heroínas de este reportaje especial de los editores de *Rolling Stone*». Un incondicional de la industria musical como Frank Zappa apadrinó una «banda de groupies» llamada GTO, «Girls Together Outrageously». También se grabaron películas sobre la cultura, historia y motivaciones de estas chicas (*Groupies*, *Groupie Girl*, *Bummer* o *Ich Ein Groupie*, entre otras).

La industria musical deseaba vender a toda costa la idea de que había mujeres, algunas de ellas menores que, sin aparentes consecuencias y de manera casi anónima, entregaban cada noche sus cuerpos a los músicos. Como suele suceder, pronto la realidad imitó a la ficción y empezaron a aparecer groupies por todas partes, conjuradas por las palabras publicadas en la prensa sensacionalista.

La industria de la música estaba decidida a sexualizar y, sobre todo, a heterosexualizar su mano de obra, en gran medida andrógina. El mito de las groupies se forjó para evitar que las masas hetero sintieran repugnancia ante la creciente abundancia de pelo largo, pantalones apretados, botas de punta, sensibilidades continentales afeminadas y estilos de vida estafalarios que se observaba en el ámbito de las bandas.

Al fin y al cabo, el grueso del público que compraba los discos no eran ni *hipsters* urbanos ni radicales de campus, sino adolescentes que vivían en las afueras de la ciudad, jugaban en el equipo de baloncesto del instituto y trabajaban en la ferretería al terminar las clases. Y si bien el hedonismo de moda y los caprichos bohemios estafalarios podían despertar cierto interés en ese estrato de la población, también tenía un límite. A medida que las bandas intentaban superarse las unas a las otras con afectaciones byronescas y trapos cada vez más femeninos, la industria musical, formada por una panda de mafiosos, picapleitos y retrasados mentales, decidió que había llegado el momento de tomar cartas en el asunto. De ahí la eclosión de las groupies, chicas obedientes, dispuestas a entregarse sexualmente y sin escrúpulos, desprovistas de abogados y tan vacías que podía uno explotarlas sin remordimientos: la fantasía de póster central de cualquier chico adolescente.

«Hay que actuar teniendo una cosa muy presente: no debes tomarte nada en serio», dice una de las entrevistadas por Lorber. «Es como probarte unos zapatos», comenta otra. «A veces existe una atracción química, pero lo más probable es que

todo el mundo esté colocado... a nadie le importa un huevo». «Aunque saquen un disco y sea un éxito, ¿qué van a hacer dentro de dos años? Es posible que vuelvan a Newark y se pongan otra vez a estudiar», asegura otra.

El mito de la *groupie* arraigó en la imaginación femenina a causa del limitadísimo papel de las mujeres en el mundo del rock, un entorno masculino extremadamente homogéneo, sobre todo a partir de la invasión de los Beatles. Antes de los Beatles, los cantantes y grupos vocales de ambos sexos habían estado más o menos igualados, y bandas femeninas como las Orlons, las Angels, las Crystals, las Corlettes o las Donays competían con los Coasters, los Contours, los Olympics, los Isleys o El Capris. Pero los Beatles marcaron una nueva dinámica: la estructura corporativa masculina, heroica, tomó el relevo del viejo modelo burocrático del pop adolescente y el Brill Building folk, basado en compositores, arreglistas y músicos de sesión.

Las bandas que protagonizaron la Invasión Británica establecieron un nuevo modelo de masculinidad. Chicos apuestos y con el pelo largo, que eran la niñez personificada, y que, como los «clubes masculinos», no admitían a chicas. Como el amaneramiento era un rasgo previsible en los británicos, su aparición en el mundillo ayudó a explicar las afectaciones afeminadas del rock a los carcas, y eso atrajo a un público masivo que hasta entonces había mostrado sus recelos. Al mismo tiempo, sin embargo, esas bandas convirtieron la feminidad en algo superfluo. Como ese era el modelo que imitaban los estadounidenses de clase media, a partir de aquel momento tocar un instrumento y cantar en una banda se convirtió en una actividad masculina. A mediados de los sesenta, el rock había expulsado ya a la mayor parte del sector femenino y se había convertido en un género casi exclusivamente masculino.

«Los Beatles, todo empezó con los Beatles», afirma una de las mujeres del LP *The Groupies*. «El Fox... Murray "The K" en el Fox... Hay mucho prestigio... Hay chicas que comen porque salen con las bandas; conforman toda una sociedad».

Los Beatles habían puesto en marcha los años sesenta tal como los conocemos. Con sus peinados, joyas y uniformes, y con una estructura social típica de las pandillas callejeras, se convirtieron en el grupo paradigmático que popularizaría el novísimo *underground* adolescente. Como tal, y mientras existieron, determinaron la forma popular de la feminidad. Su proyección infantil hizo que arraigara un ideal femenino esquelético: Twiggy, Penelope Tree, Mia Farrow, Gillian Hills, Celia Hammond, Verushka y Jane Birkin se convirtieron en las chicas de moda de la época; mujeres con las piernas delgadísimas, flequillo, y ojos abiertos eternamente de par en par.

Como esos ideales de la feminidad aparentaban tener dieciséis años, las chicas de mediados de los sesenta intentaron adoptar un aspecto y una actitud infantiles. Por ello, cuando aparecieron, las *groupies* no eran ni *sexys* ni sexuales, sino que participaban de una perversidad o «jugueteo» polimórficos: la institucionalización cultural de un infantilismo que se promovía a través del ideario de jardín de infancia del rock de los sesenta y, en particular, la antiintelectualización sensual de la

denominada «psicodelia».

A las groupies no les interesaba el sexo. Su sexualidad era secundaria: tenían la sofisticación erótica de un bonobo. Para ellas, el erotismo era una transacción, un medio para lograr un fin en un mundo en el que el único activo de la mujer era su predisposición a utilizar su sexualidad.

Como sucede con la música *indie* casera de la actualidad y con la pornografía *amateur*, la existencia de las groupies tenía que ver sobre todo con el poder y el narcisismo, y consistía básicamente en utilizar las herramientas reconocidas por la estructura de poder. El elemento central de la transacción era la afirmación del yo, algo que a la mayoría de las bandas les resultaba muy familiar.

Sin embargo, la promoción de las groupies por parte de quienes manejaban el mundo del rock no buscaba solo despertar el interés de las masas y evitar las reticencias reaccionarias acerca de la orientación sexual de las bandas; también pretendía apaciguar a la mano de obra de los grupos de rock, que debían viajar sin descanso para promocionar sus discos, privados de las comodidades del hogar y de la compañía de sus amantes. Como ya sucediera con las «mujeres de confort» y la Asociación de Recreación y Diversión instituidas por las fuerzas armadas, la promoción del fenómeno groupie pretendía sofocar rebeliones y evitar las posibles huelgas de una mano de obra explotada que solía trabajar sin garantías de cobro.

Como el miembro masculino de una banda era un elemento desechable y sumamente reemplazable, la groupie nunca estaba colgada de un tío en particular. La objetificación mutua entre el miembro de la banda y la groupie, ambos igualmente sustituibles, dotó sus interacciones de una especie de camaradería (como la que existía entre la Mafia y la policía) que pronto se convirtió en un sucedáneo de la pasión o el afecto.

La aparición de las groupies constituyó un primer paso hacia el desmantelamiento de la prostitución y otros medios independientes de conseguir un sueldo en el capitalismo avanzado. Del mismo modo que las groupies se entregaban gratis, las bandas de punk de la siguiente generación insistirían en tocar a cambio de nada. Las bandas de punk y sus entusiastas crearon un modelo de mano de obra gratuita, basado en el empeño por una causa, que las corporaciones modernas se han apresurado en reproducir. Hoy en día, las empresas convencen a los becarios y desarrolladores web para que donen su trabajo a la «comunidad» (al *Huffington Post*, por ejemplo), mientras sus jefes corruptos se embolsan millones.

«Las estrellas del pop saben que se llevan un artículo de consumo, porque eso es precisamente una groupie: un artículo que se compra y se vende, no a cambio de dinero, sino de identidad», dice una de las entrevistadas por Lorber, una exgroupie que había tomado conciencia de sí misma. Las bandas de pop y sus groupies, que adoptaron las maneras de las mujeres de vida alegre y los matones, fueron la punta de lanza del desmantelamiento del negocio del sexo a cambio de dinero mediante el modelo del «amor libre».

Si bien es posible que el mito de las groupies lograra su objetivo de mantener a un público masivo fascinado por el rock y aplacar a su mano de obra, también generó resentimientos, reacciones contrarias y un malestar generalizado en torno a esa forma artística.

II. NECROFILIA

Simultáneamente a la construcción del arquetipo de la groupie por parte de la industria musical, se produjo la codificación de la superestrella del rock muerta. Nos referimos a Brian Jones, Jimi Hendrix, Jim Morrison, Janis Joplin, Sam Cooke, Buddy Holly, Otis Redding, Eddie Cochran, Ritchie Valens, etcétera.

Los mandamases del rock buscaban imponer la heterodoxia en la imagen sexual del rock 'n' roll, y por eso decidieron que el de las groupies sería un club solo para chicas. Pero si las groupies se rebelaban contra un rol femenino nada satisfactorio que las reducía a espectadoras chillonas, el fan masculino también andaba perdido y contrariado. Al constatar la facilidad con que las groupies hallaban compañía, ardían en deseos penetradores y veían crecer su frustración. Aunque podían desfogarse con una entrevista en una revista o admirar los logros de su artista preferido, sin la promesa de una recompensa erótica no se podían codear con sus ídolos de una forma que se acercara a la intimidad de la que sí gozaban las groupies. El privilegio de sus homologas femeninas los enfurecía y los llevaba a cuestionar que estas apreciaran realmente a los artistas con quienes coqueteaban.

Los chicos, o al menos los declarados «hetero», se veían privados de la posibilidad de expresar su amor por sus bandas preferidas de alguna forma que pudiera ser digna de reconocimiento o gratitud. Dado que los fans hombres constituían un segmento considerable de los consumidores del género rock, era imperativo aplacar sus iras antes de perderlos para siempre. Así pues, la industria de la música se confabuló para explotar las diversas estrellas muertas del género y convertirlas en un canal de expresión del amor intermasculino adolescente. «Demasiado rápido para vivir, demasiado joven para morir», he aquí la explicación oficial de la muerte prematura de estas criaturas, postumamente decididas todas ellas a convertirse en los mejores y los más brillantes de su estirpe.

Para las groupies estaban los chicos vivos; para los hombres quedaban los héroes muertos. Al fin y al cabo, el chico que llora y rinde homenaje a los muertos trasciende lo carnal (a diferencia de sus despreciables competidoras, las groupies) y expresa su pasión más profunda y auténtica por la música.

Esa explotación de las estrellas muertas se volvió tan exagerada que incluso empezaron a aparecer teorías conspirativas que se preguntaban si la industria no habría asesinado a los objetos de los contritos y nunca suficientemente ponderados cultos mortuorios. También los traficantes de droga, figuras a menudo muy próximas a las estrellas, terminaban a veces matándolos con «dosis mortíferas». Algunos camellos, como Spanish Tony, el parásito de los Rolling Stones, Owsley Stanley, el

doctor Robert Freyman y el traficante de Sid Vicious, «Rockets Redglare», se hicieron célebres por méritos propios. Los miembros de este sector especializado del mundo del rock eran tanto «supergroupies» como potenciales fabricantes de estrellas del rock muertas. En otras palabras, interpretaban dos de los papeles cruciales de la industria del rock.

III. DÚOS



Con todo, la groupie y su propio cadáver no eran los únicos modos sexuales posibles para la estrella del rock. Ike y Tina Turner capitalizaron su turbulenta relación en canciones como «I'm Jealous», «The Argument», «A Fool in Love» o «Tinas Dilemma». Su tempestuosa convivencia fue su truco publicitario, el argumento en el que se basó su carrera como dúo, que se prolongó a lo largo de tres décadas. No solo eso, sino que más tarde sirvió también para lanzar la carrera en solitario de Tina tras la publicación de su biografía, que dio incluso el salto a la gran pantalla con *What's Love Got to Do with It*. Como sucede con muchas otras colaboraciones en el mundo del rock, la tibieza de sus carreras en solitario no hace más que poner de relieve ante sus seguidores los maravillosos misterios de la química.

John y Yoko eran como Ike y Tina en el sentido de que convirtieron la codependencia inseparable en enfoque artístico, pero en vez de celebrar el lado oscuro del deseo obsesivo y el control despótico, su unión fue simultánea al movimiento de liberación de la mujer, el amor libre y una fijación cultural generalizada con la emancipación del ser humano. La relación entre Paul y Linda, aunque menos estridente y menos conceptual desde el punto de vista artístico, presentaba una codependencia similar: la única temporada que pasaron separados fue cuando Paul fue encarcelado por posesión de drogas en Japón.

Otras parejas del mundo del rock 'n' roll fueron Mickey y Sylvia, Mimi y Richard Fariña, John y Michelle Phillips, Chris Frantz y Tina Weymouth, Debbie Harry y Chris Stein, Pat Benatar y Neil Giraldo, Boy George y Jon Moss, Neil Hagerty y Jennifer Herrema, Lee Hazlewood y Suzi Jane Hokum, Smokey y Claudette Robinson, Les Paul y Mary Ford, Annie Lennox y Dave Stewart, Clarence Cárter y Candi Staton, Wendy y Lisa, Sonny y Cher, Fred y Toody Colé, Serge Gainsbourg y Jane Birkin, Etta James y Harvey Fuqua, Kim Gordon y Thurston Moore, Lydia

Lunch y Rowland S. Howard, Jon Spencer y Cristina Martinez, Damon y Naomi, Paul Weller y Dee C. Lee, Lux y Ivy... La lista sigue. A James Brown siempre se le vinculó con la estrella del momento (aunque es posible que se tratara de un truco de *marketing*) y Phil Spector se casó con la *sex symbol* de los sesenta, Ronnie Spector. Muchos duetos de compositores fueron también pareja; los más visibles fueron Ashford y Simpson, Peaches y Herb, Goffin y King, Greenwich y Barry, y Mann y Weil.

No es infrecuente que se presente a las bandas exclusivamente masculinas como homosexuales, aunque por lo general se trata tan solo de una insinuación implícita que nunca se llega a explicitar. Los miembros de los Beatles en la película *Help!* duermen juntos y pasan de las mujeres. Bolán, Bowie, los Sweet y todas las estrellas del glam tenían un ramalazo femenino o marimacho, abundaban los rumores sobre Elton y Bernie, y ¿cuál era el motivo de la enemistad entre Mick y Keith, las enconadas peleas de los Who o las interminables alabanzas de Roger Waters al miembro perdido de los Pink Floyd, Syd Barrett? Los espectadores consideraban que la frustración de esos jóvenes dioses que tenían el mundo al alcance de la mano era de corte tan sexual como romántico. La célebre ruptura entre Lennon y McCartney fue interpretada por los fans como una aventura amorosa fracasada, y eso hizo que el público cogiera manía a las parejas que ambos terminaron eligiendo: Yoko y Linda.

Las uniones en el mundo del rock, ya fueran implícitas o manifiestas, imaginarias o reales, se basaban en el deseo inconsciente del aficionado de rehabilitar los aniquiladores roles de género y las vidas sexuales poco satisfactorias mediante una demostración de independencia coital, identidad hermafrodita de grupo y pervertidas fantasías orgiásticas. La banda sexualmente autosuficiente transmitía una imagen más independiente e impenetrable, y eso le proporcionaba un aura de institución indomable.

IV. TRAVESTITIS

La identidad «trans» es fundamental para el grupo de rock. Aunque el rock es un ejemplo de club masculino y sumamente misógino, el elemento femenino es motivo de envidia, lo que lleva al músico hombre a invocarlo e imitarlo. La popularidad del rock nace de su promesa —aún no cumplida, por cierto— de transportar tanto al oyente como al intérprete desde los confines de la forma que han heredado hasta varias identidades opuestas y tradicionalmente marginales de clase, raza, género u orientación sexual.

Es posible que lo que define la música rock, mucho más que la electrificación de los instrumentos, sea esa transgresión momentánea: blancos que «van de negros», negros cantando «música blanca», burgueses actuando como proletarios, hombres civilizados que se presentan como monstruos, cuerpos que fingen ser máquinas, chicas que quieren pasar por chicos o, con mucha más frecuencia, hombres vestidos como prostitutas de una película de Fellini (como en el caso de Poison, los New York

Dolls, Prince, L. A. Guns o Motley Crüe). La clase dirigente tolera este cambio de roles dramático y transformador porque mantiene intactas las relaciones de poder tradicionales, que se ven cuestionadas solo de forma momentánea y simbólica, en el contexto de farsa interpretada por una casta artística especial.

Si bien casi todo el rock es travestismo en un sentido u otro, los hombres del mundillo presentan una mayor tendencia a convertirse en «imitadores femeninos», y tradicionalmente la ropa de mujer es poco menos que un elemento obligatorio de su atrezo.

Boy George, Dead or Alive, Poison, James Brown, Alice Cooper, David Bowie, Lou Reed, Little Richard, Ted Taylor, Michael Jackson, Iggy Pop, las bandas de *hair metal*, los Rolling Stones e incluso los Beatles se han presentado a sí mismos como sujetos que habitan «entre géneros».

Aunque el rock empezó con una participación más o menos equilibrada de ambos sexos —durante la era temprana del rock surgieron cientos de bandas femeninas—, los entusiastas machistas del rock solo entienden los discos en los que aparecen mujeres como obra de los hombres que las «convirtieron en lo que son», una actitud promovida también por productores patriarcales y condescendientes que se apuntaban el mérito de las creaciones e interpretaciones de las mujeres con quienes colaboraban. La sombra de Phil Spector, Shadow Morton, Brian Wilson, Burt Bacharach, Kim Fowley y Prince planea sobre las Crystals, las Ronettes, las Shangri-Las, las Honeys, Dionne Warwick, las Runaways y Vanity 6, respectivamente, de una forma que se habría considerado impropia si se hubiera producido entre Leiber y Stoller, por una parte, y los Coasters, o entre Andrew Loog Oldham y los Stones.

Para la clase directiva y eminentemente masculina del mundo del rock, que las mujeres sigan subiendo al escenario y grabando discos es una muestra de la estridencia, el desafío, la petulancia, la sexualidad y la falta de luces que supuestamente caracterizan a su género. Pero mientras el rock amenaza con arruinar la sociedad con este caos o «histeria» femenina, el temor de las discográficas desata precisamente eso, y la mano de obra masculina envidia su poder. Paralizada por este cisma, la amenaza del rock ha sido durante mucho tiempo un espectro impotente y desdentado. Mientras tanto, el mundo del rock sigue haciendo gala de un resentimiento sistemático contra las mujeres que los hombres aspiran a ser. Esto se manifiesta en una serie de medidas de control predecibles. Los hombres no se cansan de reivindicar con arrogancia su papel en el desarrollo de la artista y se presentan como el ordenancista (a lo Spector, Ike Turner, Berry Gordy y Kim Fowley) que amenaza, engatusa y «moldea» a la artista en cuestión. Por lo demás, el macho está decidido a imitar y superar a la artista.

También existe una célebre tradición de hombres que cantan en falsete, pero no así de mujeres que cantan con voz de barítono. Esto, ya de por sí, resulta muy revelador.

La película de Russ Meyer *El valle de los placeres* (*Beyond the Valley of the*

Dolls) es un diagrama rock de este temor masculino. La cinta, que es una advertencia dirigida a los implacables novios/mánager de las chicas del rock 'n' roll, refleja perfectamente la paranoia típica de la pareja de una roquera. Cuando la cantante de las sensacionales Carrie Nations obtiene la fama y la fortuna, decide abandonar a su novio/mánager, un tipo con mirada de corderito degollado que acto seguido cae en las drogas y termina automutilándose en un intento desesperado por llamar la atención.

Aunque los hombres del rock también sufrían la explotación (física y mental), por lo menos podían presentarse a sí mismos como algo más que esclavos, productos prefabricados, comparsas o ingeniosos acompañantes de los buhoneros y mercachifles de la industria discográfica. En cambio, casi todas las artistas llegaban acompañadas por una historia sobre cómo algún brillante cazatalentos las había «descubierto».

En el fondo, todo este rencor obedece a la envidia de sus competidores masculinos, tal como evidencian los gritos estridentes, el maquillaje, el pelo largo y los remilgos que gastan.

Pero el travestismo también era una manifestación inconsciente del deseo latente de los roqueros de actuar como mensajeros de una nueva idea de identidad sexual, un humanismo completo que desdibujara de una vez por todas los asfixiantes roles de género tradicionales. El hecho de que los hombres fueran los primeros en explorar esta transmutación se debe a la purga brutal de bandas femeninas que se produjo durante la Invasión Británica, un pogromo que se extendió hasta bien entrada la década de los noventa. Este período estuvo marcado por el garage rock, el roots rock y el hardcore punk; naturalmente, cada género aseguraba ser más «auténtico» que su predecesor contextual. En el lenguaje del rock, términos como «roots», «blues» o «auténtico» son palabras clave que significan «heterosexual». Generalmente se recurre a estas etiquetas para tranquilizar al oyente en lo tocante a la conducta sexual del músico en cuestión.

Otras tendencias, como la música new wave, gótica o glam, surgen como protesta contra las limitaciones y la previsibilidad de lo que se considera el movimiento *roots* del *establishment*, y buscan «jugar» con los conceptos de tendencia sexual y de género, si bien los intérpretes de estos tipos de música detestan admitir públicamente cualquier tipo de desviación en sus vidas privadas (ejemplos de ello son David Bowie, Lou Reed, Morrissey, Prince o David Lee Roth). Por ello, la tensión del rock, el constante tira y afloja entre los conservadores del movimiento *roots* y la última manifestación del género, con sus mallas ceñidas y sus peinados estafalarios, constituye una manifestación del enfrentamiento entre carcas heteros y aspirantes a sodomitas. (Nota: más allá de la orientación sexual, en este texto los términos «heterosexual» y «homosexual» pueden hacer referencia a una orientación estética).

Toda esta obsesión sexual tiene su origen en el golpe de estado patriarcal contra el género del rock que tuvo lugar alrededor de 1964, y es el resultado de que un único sexo tenga que habitar los espacios tanto masculino como femenino, el yin y el yang.

Después de que los hombres expulsaran a las mujeres del rock, se vieron obligados a interpretar los dos papeles y a llevar toda la ropa. Como en la antigua Grecia, donde el joven héroe era el objeto único de adoración y deseo, el rock 'n' roll dejó un espacio muy reducido para la mujer, más allá del papel de groupie entregada (y básicamente despreciada). Los Beatles, los Stones, Funkadelic o T. Rex se desarrollaron en un paraíso narcisista de amor masculino que encumbraba a estrellas en una cabalgata de adoración fálica.

El siglo XXI ha sido testigo del advenimiento y consolidación de los grupos femeninos *underground*, lo que ha provocado un cambio de paradigma que se exacerbará aún más en el futuro. Todavía más severa es la marginalización del roquero hombre. Con el tiempo, asistiremos al desmantelamiento y sustitución de la constelación tradicional y casi exclusivamente masculina de «estrellas» consolidadas. Este revisionismo tan necesario provocará un registro de pseudoeventos tan irreales y quiméricos como el chovinismo masculino de la erudición roquera que hemos conocido hasta hoy.

12

Drogas

Como parece que la única historia que los estadounidenses consideran fascinante es la de las drogas, a menudo las bandas se sienten presionadas a ingerir grandes cantidades de sustancias consideradas arbitrariamente ilegales para así (o por lo menos esa es su esperanza) urdir su propia leyenda. Al mismo tiempo, se considera que las denominadas «drogas» han sido el catalizador de gran parte de la creatividad humana del último milenio, y en particular del período del rock. Eso plantea todo tipo de problemas a la hora de publicar discos, una de las principales fuentes de ingresos de las bandas. No permitáis que las drogas se lleven un mérito que os corresponde a vosotros.



En cualquier caso, lo cierto es que las drogas son un elemento central en la identidad de muchas bandas, pues son productos de contrabando y, por lo tanto, secretos, extraños, machistas y sumamente personales. Las drogas les van como anillo al dedo, porque aspiran a ser algo así como clubes privados o religiones ungidas.

Si eliges ser una banda drogata, debes tener en cuenta qué drogas estarán de moda durante vuestro auge y qué tipo de música constituirá la banda sonora ideal para su

consumo.

Saber predecir las tendencias en el mundo de las droga puede ser un activo espléndido para una banda, algo así como el agente de bolsa que sabe anticiparse al mercado. Si una banda logra asociar su nombre al resurgimiento o a la popularización de una droga en concreto (como hicieron Dr. Dre o Snoop Dogg con la moda de la marihuana de principios de los noventa, o los Grateful Dead con el LSD), no necesitará producir temas de éxito y podrá tratar la música como un elemento terciario.

Para predecir el ascenso de un narcótico en particular como la nueva droga de moda en una o más subculturas, basta con estar al tanto de las tendencias geopolíticas. La disponibilidad de los narcóticos en Estados Unidos está sometida al control que ejercen el gobierno y sus aliados sobre el crimen organizado, por lo que las acciones y asesinatos militares encubiertos ofrecen pistas sobre la parte del mundo de la que procederán las sustancias. Con la guerra en el Sureste asiático como catalizador, los sesenta y los setenta se caracterizaron por el enorme volumen de heroína que corría por las calles de Estados Unidos, importada por la CIA en conjunción con la mafia corsa c Indochina, una coalición conocida también como The French Connection. La heroína procedente del Triángulo de Oro asiático (Laos, Birmania y Tailandia) se transportaba en la aerolínea de la CIA (Air America), aunque a veces también viajaba en aviones del ejército, oculta dentro del cuerpo de soldados fallecidos. La mayor parte de la heroína se vendía directamente a los soldados en Vietnam, pero los excedentes llegaban a Estados Unidos, donde tenían efectos devastadores. El «caballo» se extendió rápidamente por el mundo del pop y el rock estadounidenses.

La cocaína gozó de gran popularidad en los años setenta y principios de los ochenta, coincidiendo con la guerra contra los sandinistas y la introducción de juntas militares financiadas por la CIA en Argentina y Chile.

La planta de coca proporcionó a la CIA el dinero en efectivo necesario para enseñar a los hombres del saco de las policías de América del Sur qué tácticas de tortura debían emplear contra los líderes sindicalistas, los artistas, los comunistas, los estudiantes de intercambio extranjeros y cualquier otra persona a la que acusaran arbitrariamente. Dentro de Estados Unidos, la proliferación del polvo blanco ayudó a definir la música, el estilo de vida y la moral disoluta de la era disco.

El subidón de cocaína es sociable, sexual y antiintelectual, pero puede traducirse en paranoia, megalomanía, locura, adoración hacia el lujo material y la ropa llamativa. La cocaína experimentó un *revival* a partir del año 2000 debido al Plan Colombia, la intervención estadounidense del lado del gobierno de derechas en la guerra civil de dicho país, alimentada por esta droga. Su reaparición se tradujo en la vacuidad comercial del *indie rock* de principios del siglo XXI y en una estética fanfarrona, vulgar e inmoral, encarnada por las estrellas de rap de la época.

De vez en cuando se introduce una droga con mucho éxito, como sucedió con la

revolución del LSD impulsada por la CIA, que transformó el movimiento antibelicista de los sesenta en un galimatías esquizofrénico y desconcertado, o más tarde con la inserción del crack por parte de la misma organización, que dio un barniz de respetabilidad al uso de la cocaína entre los ricos introduciendo en el mercado un derivado más pobre y hortera. La proliferación del crack entre las clases bajas supuso el pretexto perfecto para iniciar la «Guerra contra la droga», una máquina de hacer dinero que provocó un *boom* altamente lucrativo en la construcción de centros penitenciarios y permitió que el nivel de represión policial contra los más pobres alcanzara cotas hasta entonces desconocidas.

En la actualidad, sin embargo, la moda de las farmacéuticas ha asestado un golpe fatal al predecible ciclo de la droga. Las drogas antiguas se han vuelto innecesarias, pues los médicos drogan agresiva y legalmente a cualquier persona obstinada, interesante o fuera de lo común. Eso ha supuesto un revés para los artífices de la Guerra de Afganistán (2001), que se concibió como un intento de acaparar el mercado de la heroína.

A veces la voluntad de innovación puede hacer surgir drogas de la nada. El célebre «jarabe morado» de Project Pat es un ejemplo de una droga casera. Otras son la estupenda cola aeronáutica de los Ramones o el «Mellow Yellow» de Donovan. Fumar los hilillos de los plátanos también entra en esta categoría. Son almas valientes que se negaron a conformarse con las recetas de estupefacientes que dictaban la CIA y la Mafia y que crearon sus propias sustancias psicoactivas.

La decisión de un grupo de adoptar una droga determinada debe ser más una estrategia estética que el reflejo de la predilección por una droga en concreto. La identidad de las bandas suele estar íntimamente relacionada con diversos tipos de drogas, y una banda sin ideas o personalidad puede limitarse a adoptar aquellas que le proporcione una droga en concreto. La heroína aporta a la banda una personalidad condenada y temeraria, como de poeta callejero, y el estilo de vida que provoca la adicción ofrece una imagen instantánea y claramente definida. Los grupos que se identifican con la cocaína suelen ser explosiones de sudor, entusiasmo e hipérbole. Las bandas de marihuana suelen estar formadas por paranoicos monótonos, ininteligibles y ligeramente introvertidos. El alcohol es, con mucha diferencia, la adicción más extendida entre las bandas de música, pues la industria del rock no es más que un tentáculo auxiliar de la industria del alcohol. Por eso las bandas de rock, los televisores de pantalla plana, las máquinas de póquer y los *disc-jockeys* se cuentan entre los mecanismos más habituales para distraer y apaciguar a los clientes de los bares.

La producción discográfica se parece a la fabricación de drogas. Los coleccionistas de discos son en el fondo adictos, y el efecto narcótico de la música pop goza de amplio reconocimiento. Los múltiples estilos de música y sus varios formatos son como diferentes tipos de droga con efectos diversos. El rock 'n' roll de los cincuenta y de los sesenta se propagó por medio de discos de 45 rpm, productos

baratos y desechables que proporcionaban a quien los escuchaba un subidón eufórico durante un breve instante, seguido por la necesidad imperiosa de algo exactamente igual y, al mismo tiempo, nuevo, distinto. El efecto de un disco de 45 era análogo a la sensación que provoca el crack. A causa del deseo compulsivo por tener siempre más, la era de los discos de 45 fue la edad dorada de la música en términos de calidad y dinamismo —del mismo modo que la era del crack fue la edad dorada de la adicción fomentada por el gobierno—, pero los discos tenían que ser extraordinariamente concisos. Cada canción debía aportar un sonido nuevo o proporcionar una emoción sensual a los pocos segundos de que la aguja se posara sobre el vinilo. Si no era así, el aficionado salía corriendo a por otro disco.

El disco de 45 cayó en desuso tras verse reemplazado por la cocaína de verdad, que circuló de forma masiva durante la década de los setenta. O a lo mejor sucedió a la inversa, y fueron los adictos los que se pasaron a la cocaína como sustitutivo cuando la industria abandonó el formato de 45 rpm.

Los LP (o *long plays*) eran más afines al colocón de marihuana. Los álbumes dobles eran heroína.

Los LP, de quince minutos por cara y dados a una mayor reflexión, se prestaban a ser escuchados «a fondo». Las dos caras podían subir o bajar el ánimo, generar dramatismo e incluso desplegar una narrativa. Los LP de más éxito fueron por ejemplo *Hot Buttered Soul* o *James Brown: Live at the Apollo*, discos que transportaban al oyente a un escenario fuera de lo corriente. Los discos dobles (como *Ummagumma*, *Freak Out!* o *Blonde on Blonde*) prometían una inmersión total y estuvieron en boga a finales de los sesenta, coincidiendo con el momento álgido de la heroína. Los CD y los iPods pertenecen a la era farmacéutica de las drogas de consumo preceptivo: giran, susurran y crepitan de fondo, crean una atmósfera pero nunca exigen la atención completa de quien los oye.

Si las drogas servían para «pillar un colocón», «expandir los horizontes», «destruir el ego» o «explorar la conciencia», las drogas modernas (Adderall™, Xanax® o Klonopin®) buscan «corregir» cosas que «no funcionan», como por ejemplo supuestos trastornos de personalidad. Son correctivos diseñados para que sus usuarios se amolden a la actitud social y a los modos de trabajo normativos, al tiempo que eliminan cualquier tipo de actitud difícil. Por consiguiente, las bandas modernas se niegan a tener personalidad propia y están formalmente obsesionadas con copiar a Jesús & Mary Chain, los Ramones, los Stooges u otros. Inspirándose en las drogas farmacéuticas, quieren tomar decisiones «correctas» y tener el sonido «correcto», como si lo que una influyente revista digital pudiera decir al respecto tuviera alguna importancia. Por eso imitan servilmente las fórmulas ya institucionalizadas.

Los modelos de negocio y la economía capitalistas se basan en la adicción. Nuevos modelos de coches, nuevos estilos de ropa, nuevos sonidos, nuevas películas, teléfonos de última generación, cocinas reformadas, etcétera. Las drogas son tan solo un aspecto más de la compulsión obligatoria y de la dependencia de los bienes de

consumo. Las bandas intentan que el público acomode sus gustos a su estilo musical, que se habitúe a su sonido; de ahí a la adicción hay un paso. Diseñar un sonido popular se parece a diseñar una droga. Un éxito musical alimenta la obsesión por un sonido mágico, concreto: una vez se haya enganchado, el público no tolerará ningún sonido de otro tipo. Generalmente, los éxitos que se aprovechan de la tendencia creada por otros éxitos intentan imitar su sonido, como si intentaran calmar el escozor que el último gran disco de un artista ha dejado en sus fans. La retahíla de canciones de James Brown que abordaban el tema de las «palomitas» («Mother Popcorn», «Lowdown Popcorn», «Let a Man Come in and Do the Popcorn», etc.) es tan solo uno de los muchos ejemplos de canciones dirigidas específicamente al deseo del público de gozar de una sensación auditiva muy concreta.

Internet es la droga más adictiva, y ha tenido una enorme influencia en la música. La adicción a Internet no solo está tolerada socialmente, sino que se fomenta de forma agresiva. Conduce a un estado de distracción constante, a un incesante deseo de estimulación, y a una confianza y adoración ciegas hacia la autoridad de esta «red» monolítica. Este tipo de adictos consideran que pueden encontrar todas las respuestas a todas las preguntas en una única fuente: la Wikipedia. Ese monolito es una obra pública temible, basada (como si de una versión etérea de las pirámides de Egipto se tratara) en el trabajo incesante y no remunerado de un ejército de zombis fanáticos. La droga que es la Red lleva a sus yonquis a crear más y más de la sustancia a la que están enganchados: el propio Internet. Así, construyen nuevas páginas web y crean *links* y lo que ellos denominan «contenido», lo que permite a «webmasters» y a otros señores feudales de Internet amasar fortunas que escapan a la comprensión humana.

Las bandas que dejan de consumir drogas desarrollan en su lugar una adicción al café u otras actitudes obsesivas que denominan «ética de trabajo». Se trata de un impulso culpable, que tiene su origen en el deseo de «recuperar el tiempo perdido». Drogarse exige mucho tiempo y cuando uno deja de hacerlo, se da cuenta de los años que ha malgastado en esa versión cara de dormir hasta tarde.

En todo caso, los miembros de un grupo que carguen con un complejo de culpabilidad debido a su «mal comportamiento» no tienen de qué preocuparse: sin una toxicomanía es casi imposible escribir unas memorias vertiginosas. La drogadicción es el estilo de vida prescrito, obligatorio, tanto para abstemios como para toxicómanos. Hollywood dedica películas llenas de *glamour* a esta temática, y las víctimas se entretienen unas a otras con las historias de sus desbocados años de heroísmo en reuniones privadas. A diferencia de lo que sucede con el bestialismo, los robos en establecimientos, la poligamia, el activismo político o el robo de coches, las drogas representan una actitud social maligna institucionalizada, validada y que goza de comprensión social. Desde la fundación de Alcohólicos Anónimos y de Narcóticos Anónimos, la toxicomanía se ha convertido en un producto de la lucha de la humanidad contra la tentación, la traición, la programación genética, la mortalidad y el pecado, algo con lo que todo el mundo se identifica y «comprende». Las drogas

también están relacionadas con obsesiones sociales morales, de clase y de raza. Los estadounidenses, en particular, sienten predilección por las historias de redención. De hecho, y en tanto que cristianos evangélicos (pretendidos o reales), te exigirán una historia de esa índole y no confiarán en ti a menos que dispongas de una.

La historia de la toxicomanía de una banda es una de las formas que permite trazar este reconfortante arco narrativo. Se repetirá una y otra vez en documentales y relatos de ficción. La adicción a las drogas es el vicio oficial de Estados Unidos y la excusa perfecta para explicar el porqué de una vida «destrozada». Quienes no tienen porvenir ni sufren una «adicción», no son víctimas, sino simplemente vagos, perdedores, degenerados y posiblemente enfermos mentales. Y, desde luego, no son sexys. Los adictos, en cambio, son harina de otro costal. El drogadicto, con su estilo de vida «nocivo» o «proscrito», es el chivo expiatorio de todos los pecados y el encargado de asimilar la incompetencia gubernamental, las negligencias sociales, los trabajos basura, los abusos domésticos, un sistema educativo horroroso y la angustia existencial, así como también la maldad de sus compatriotas.

En cierto modo, lamentar la drogadicción, el talento perdido y las familias destrozadas a causa de esa lacra es como clamar contra la mismísima mortalidad. El drogadicto desperdicia su vida y, con ello, alivia la conciencia del no adicto, al tiempo que proyecta un recordatorio erótico del desastre que se avecina.

13

El directo

De todo grupo se espera que interprete su música en un concierto en directo, delante de un público. Aunque los adultos se burlen de la predilección de niños y animales por la repetición —los niños con los Teletubbies, por ejemplo, y los perros con los palos—, en realidad esperan que los roqueros repitan lo mismo una y otra vez. Se supone que el repertorio de los músicos tiene que ser un todo cohesionado y uniforme, que deben tocar sus canciones obedientemente en cada concierto y conservar el mismo aspecto (eternamente joven) a lo largo de toda la vida. 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 verso 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. El solo constituye un flirteo con el caos, un momento de ansiedad antes de que se restaure el orden con la vuelta del reconfortante estribillo, que llega galopando por la colina como si de la caballería se tratara.

Los músicos considerados y respetados son los que presentan un estilo y unos

movimientos «característicos»; repetición, una vez más.

¿Dónde nace este deseo del público de que una banda o un intérprete repitan lo mismo una y otra vez, como si fueran máquinas sin cerebro? Respuesta: en el propio deseo de convertirse en máquinas sin cerebro.

Antes de que las máquinas tomaran el control del mundo, la gente trabajaba. Realizaba una gran cantidad de trabajo manual, y eso requería mucho tiempo. El tiempo destinado al trabajo le servía a la gente para organizarse las ideas. El trabajo era repetitivo y, por lo tanto, meditativo. Las personas eran como máquinas y ejercitaban las extremidades para labrar los campos, lavar la ropa, hacer cestos, preparar la comida y cocer la arcilla. Sin embargo, eran máquinas imperfectas, se distraían y socializaban entre sí, o se dormían en el trabajo. Sin embargo, como no existía alternativa, no pasaba nada. Pero la Revolución Industrial supuso el advenimiento de las máquinas de verdad.

Al principio la gente las acogió como algo fugaz y absurdo. Las máquinas eran torpes, ineficaces, estúpidas y se rompían con frecuencia. La gente se burlaba de ellas. Pero con el tiempo fueron mejorando y al final esa misma gente tuvo que admitir que eran efectivas, revolucionariamente efectivas, capaces de realizar el trabajo de doce trabajadores o más. Y los de arriba empezaron a utilizarlas, no para facilitar la labor de los trabajadores, sino para sustituirlos. Las máquinas empezaron a reemplazar la mano de obra, y con ello destruyeron la unidad familiar y los modos de vida tradicionales o incluso ancestrales. De repente, conocimientos transmitidos de generación en generación, durante siglos, quedaron obsoletos. Se abandonaron las granjas y las ciudades se llenaron de palurdos que buscaban trabajo en alguna fábrica. La gente se veía obligada a vagabundear y a prostituirse, aplastada por las máquinas. Era el ocaso de la sociedad. De pronto, las normas que se habían ido forjando a lo largo de siglos no servían para nada. El tiempo era entonces la preocupación central. Su incremento. La eficiencia. Los números. Ya nadie contemplaba las estrellas. La gente dejó de vivir con las bestias, la humanidad vio como las máquinas la adelantaban, y aunque la clase gobernante admitía haber desencadenado una fuerza diabólica, ganaba demasiado dinero como para preocuparse por ello. Habían desarrollado una nueva supermáquina, incontrolable, amoral, con su propia lógica demencial: el capitalismo, un monstruo que propició la llegada de una época nueva e incomprensible, una *Götterdämmerung*. *El ocaso de los dioses*. El tiempo de las plantas y de los animales quedaba eclipsado por la era del petróleo, los engranajes y los mecanismos.

Cada vez más, los seres humanos vivían según los dictados y la lógica de las máquinas. El resentimiento contra ellas no paraba de crecer. John Henry se convirtió en el mártir legendario que retó y derrotó a la máquina, pero murió en el intento. *Metrópolis*, de Fritz Lang, presenta un robot «medio hombre, medio máquina» que se infiltra en los movimientos obreros y los subvierte. Las sesiones de espiritismo y *ouija* o la obsesión por el ocultismo no son más que la onda expansiva de los estragos

y del temor que provocó el industrialismo, y que llevó a la gente a buscar en lo místico un lugar donde refugiarse de los desconcertantes cambios que se producían en el mundo. Lo mismo se puede decir de los movimientos fascistas, que alababan los valores perdidos de un arcano mundo agrícola. Algunos libros de ciencia ficción, como *La máquina del tiempo*, profetizaron la degeneración total de la humanidad industrializada. Los maestros de ajedrez se enfrentaron a Deep Blue, un ordenador que a su vez era un maestro de ajedrez. Pero todo fue en vano: la humanidad terminó rindiéndose, dominada por un ejército de androides y discos duros que hoy monitorizan cada uno de nuestros pensamientos y movimientos. Sin embargo, durante la etapa de transición, antes de que las máquinas se hicieran con el control absoluto, el hombre y la máquina trabajaron codo con codo en fábricas y fundiciones. Y entre ambos se dio el mismo fenómeno que acontece cuando una cultura humana adquiere los hábitos de aquella con la que comparte un mismo entorno.

Los humanos aprendieron de sus colegas las máquinas la seducción por la «repetición existencial», el bienestar que se deriva de las acciones conocidas, combinado con la simple determinación de la máquina de hacer lo mismo que ya hizo, sin fingimientos ni necesidad alguna de autojustificarse. Delante de la máquina, la gente se avergonzaba de su antigua inclinación por las ideas de propósito, narrativa, argumento o moral. Los occidentales, hasta entonces tan lineales, empezaron a reconsiderar las filosofías cíclicas de los hindúes, los mayas, los egipcios y los escandinavos. Nietzsche había escrito sobre la idea del «eterno retorno de lo mismo». La humanidad juró no volver a pintar nunca más un cuadro de una cosa, ni crear una obra con moral o principios: ya no tenía ningún sentido.

En cuanto las máquinas tomaron el control, los humanos se vieron libres. Ya no tenían que hacer la colada, trillar el trigo o estampar ropa, lo que los obligó a tener que cargar con la agobiante paradoja del «tiempo libre». No es casual que, en su mayoría, los seres humanos abandonaran pasatiempos de toda la vida como la pintura, la poesía o la escritura para concentrarse en crear algo tan desprovisto de inteligencia, pagado de sí mismo y repetitivo como sus nuevos amos. Primero probaron suerte con el modernismo; más tarde les llegó el turno a la abstracción, el *collage*, el *avant noise* y el existencialismo. Pero finalmente abandonaron todos estos experimentos a raíz del descubrimiento de la forma de expresión más avanzada de todos los tiempos, que llamaron «banda».

Por oposición a escribir, una actividad que por lo general requería una trama narrativa y una conclusión, o a pintar, que era algo estático, los humanos decidieron imitar a sus nuevos amos y conformarse con «hacer» algo. Así, para la banda, el éxito se limitaba a completar la misma tarea una y otra vez. No había conclusión, como en una obra de teatro, ni ningún elemento cerebral, como en la poesía. Bastaba con que los miembros de una banda aparecieran ante el público preparados para la batalla, con todas las piezas engrasadas y «operativas», como si fueran un aparato de cocina. Una buena actuación tenía que ser «sólida». Algunos grupos intentaron utilizar su música

para exponer sus opiniones o lanzar proclamas políticas, sobre todo durante la era del revival folk (1948-1964), pero esa muestra de coherencia y compromiso intelectual, ese intento de inyectar humanismo y significado donde no los había terminó sucumbiendo a la lógica interna de lo intrínsecamente absurdo.

Uno de los objetivos de cualquier grupo serio era grabar discos. Un disco era una actuación que se grababa para la posteridad y que se presentaba de tal forma que admitía infinitas reproducciones repetidas. La capacidad mecánica de reproducir una acción exacta una y otra vez brindó a la banda su atractivo en la era de la industrialización. Si la banda era una máquina, sus discos eran como «piezas de recambio», un ejército de clones que aguardaba en un almacén a que llegara el día en que el grupo se retirara por el motivo que fuera, diseñados para tomar el relevo y continuar el trabajo con idéntica precisión, o incluso mejor.

Por eso, cuando una banda-máquina se disuelve o «se rompe», el público no se lamenta por lo que hizo, pues eso se conserva en sus discos, sino porque no será capaz de repetir más momentos que se parezcan a lo que ya protagonizó antes.

Como las máquinas, la banda producía una obra en forma de canciones, actuaciones o discos que a su vez necesitaban de aparatos para ser reproducidos. Mientras que las máquinas habían creado productos para los humanos, como el cojín de ventosas o los bastoncillos de algodón, el grupo producía discos o cintas de *casette* que los humanos solo podían usar a través de otro autómatas. Así, la banda estaba formada por humanos que se convertían en máquinas y que no eran capaces de comunicarse más que a través de otras máquinas.

Se puede decir que las bandas de rock habían «intercambiado posiciones» con los artilugios, que empezaron siendo simples bestias de carga para los humanos y que ahora saboreaban su venganza.

En cierto modo la banda es una rendición, una concesión a las máquinas, una compensación kármica para los aparatos, que nos dieron la prosperidad y nos permitieron una existencia relativamente cómoda. En ese sentido, los humanos que conforman una banda están obligados a repetir su ritual nocturno en un «eterno retorno» con tintes de penitencia.

I. EL PÚBLICO

Por lo general, el público quiere que repitas lo que ya conoce.

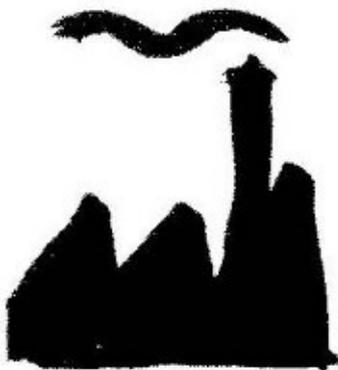
El tipo de público que te granjees dependerá de a quién te dirijas. Si te limitas a apelar a las masas («¡Qué pasa, peña!»), no tendrás forma de elegir a tus seguidores. Por eso debes tomar una decisión. ¿Quieres dirigirte a una audiencia selecta y sofisticada (la intelectualidad), o te propones revelar una nueva verdad a las masas? Como en cualquier movimiento político-religioso, esa es una cuestión crucial. Lenin imaginó una «vanguardia revolucionaria», o cuadro intelectual, que se encargaría de liberar a las masas de la explotación, mientras que el anarquista Bakunin, uno de los padres de la Primera Internacional y rival de Marx, expresó su confianza en la

capacidad del pueblo para guiarse a sí mismo. En el mundo teológico, la Iglesia católica es una institución jerárquica que inviste sacerdotes y obispos con el poder de llevar la palabra de Dios a su rebaño, mientras que islamistas y protestantes mantienen un enfoque más democrático de su relación con el Todopoderoso.

Con tu grupo debes plantearte una cuestión similar: ¿quieres dirigirte a un club de élite o estás dispuesto a codearte con la plebe?

El ciudadano medio forma parte de una amplia comunidad de aficionados a la música no comprometidos, a quienes no les importa lo que escuchan, aunque tras someterse a una repetición interminable de una canción pueden convencerse de que les gusta. Entre este tipo de personas, la «mala reputación» puede traducirse en influencia política, fama y, por supuesto, riqueza. Paradójicamente, para lograr seducir a esas personas es necesaria una enorme cantidad de capital —obtenido generalmente mediante una confabulación corporativa— y una fidelidad estricta a las normativas radiofónicas y al *statu quo* estético.

Sea como fuere, y aun en el caso hipotético de que (por algún motivo) se sienta atraído por tu banda, ese público estará formado por un puñado de gente voluble que no escucha música más que para distraerse en el coche o en el bar. No les interesa ni la narrativa que puedas crear entre un disco y el siguiente, ni si añades instrumentos de metal a una canción, ni si los miembros de la banda se cortan el pelo. De hecho, no se fijarán ni en vuestro nombre, ni en vuestras letras, ni en vuestro aspecto, ni sabrán prácticamente nada sobre vosotros. Desde luego, no se trata del tipo de fan que le interesa a una banda, pues no actúa con la lealtad incondicional que esta ansia.



14

Nostalgia prefabricada

I. APELAR A LA JUVENTUD

Antes de empezar a construir la identidad de la banda conviene estudiar el ejemplo de los Beatles, una formación que seguramente ejerce una influencia sin parangón. Para el mundo, los Beatles personificaban el espíritu juvenil. Su mito era el de la eterna

juventud. Y, ciertamente, su objetivo fue encandilar a la juventud.

Pero ¿cómo lo hicieron? ¿Fingiéndose ser jóvenes? No. Comprendieron bien pronto que a la gente joven no le interesan los niños. Los jóvenes son como los perros callejeros o como los estadounidenses cuando visitan otro país: del mismo modo que el perro gruñe a sus parientes caninos y el viajero yanqui evita los establecimientos frecuentados por sus compatriotas, el niño es solipsista en extremo: detesta su propia clase. Cuando se encuentra con alguien o algo que amenaza su supuesta singularidad, el niño reacciona gruñendo y llorando. Del mismo modo, los jóvenes no se identifican con las estrellas de cine jóvenes ni con las películas creadas para ellos, sino con algún héroe adulto, ya sea Billy Jack, Han Solo o Willy Wonka.

Así pues, la estrategia de los Beatles no se basó en aparentar juventud, sino en comportarse de una forma con la que los jóvenes pudieran identificarse, instintiva y natural, sin caer en la pose abiertamente sexual de los Stones ni en la condescendencia asexual de Freddie and the Dreamers. Pero, sobre todo, los Beatles sabían hacerse los «listos». Los niños están obsesionados con demostrar lo «listos» que son y respetan a quienes consideran «listos». En sus entrevistas televisadas, los Beatles representaban el papel del gracioso de la clase, respondían a las preguntas con un descaro pedante y pasaban de las figuras de autoridad, a las que trataban como zoquetes desfasados.

Gracias a ese enfoque, los de Liverpool se ganaron a los preadolescentes. Al mismo tiempo, su estética anárquica y desenfadada, inspirada por el líder de la banda John Lennon, desconcertaba a los adultos, que la consideraban «juvenil», pues revelaba una actitud libre de las restricciones de la edad adulta, con sus constantes miedos, preocupaciones económicas y necesidad de decoro. Para los jóvenes, los Beatles se convirtieron en algo así como el «equipo local». Los adultos, en cambio, en su empeño por «desaprender» y superar las cotas históricas de estupidez, prefirieron a los Stones, cuya imagen indiferente y hierática les parecía más sexy.

En última instancia, los Beatles son responsables de la juventud obligatoria en la sociedad moderna, una exigencia que ha provocado grandes dosis de ansiedad y que ha llevado a la humanidad a intentar detener el tiempo con cremas faciales, comida sana y caras prácticas de automutilación en forma de cirugía estética. Los Fab Four (como se les conoce en los países de habla inglesa), actuaron con una crueldad extrema al obligarnos a cargar con ese paradigma, sobre todo porque lo hicieron con toda la intención y con el objetivo de garantizarse una omnipotencia dictatorial.

Si bien los primeros trabajos de los Beatles estaban ya llenos de canciones de amor convencionales para niñas preadolescentes («She Loves You»), más tarde se marcaron como objetivo una franja de edad aún más joven. «Octopus's Garden», «Magical Mystery Tour», «I Am the Walrus», «Hey, Bulldog» y «Strawberry Fields», con una sensibilidad absurda inspirada en las películas de terror gótico, son canciones dirigidas a los niños —que viven fascinados por el terror, una de las especialidades de los Beatles—. Es cierto que la invención del adolescente y su nuevo poder

adquisitivo durante los años de posguerra tuvieron una gran influencia en la industria, pero su capacidad económica nunca superó la de los padres, los adultos que compran para los más pequeños.

Y, sin embargo, el capital no es el único elemento de interés, ni siquiera el principal. Apelar a la sensibilidad de los más pequeños permite renunciar a la actitud crítica y a la pose cínica propia de la edad adolescente y adulta. Los más pequeños aceptan cándidamente lo que les echen. Más tarde, cuando el joven crezca, su banda preferida de la infancia se convertirá en un recuerdo nostálgico, un elemento central de su identidad al que profesará una devoción poco menos que irracional, como el catolicismo para los católicos.

II. LA UTILIZACIÓN DE LA NOSTALGIA

La nostalgia se ve como algo mono, vagamente conmovedor y melancólico. Y, sin embargo, se trata de la emoción más intransigente e irracional y, en consecuencia, la más potente.

Una de las tendencias más acusadas de la humanidad consiste en mantener las cosas como están, en conservar su *statu quo*. Eso se debe no solo al temor a lo desconocido, sino también a la sensación de bienestar que nos producen las cosas conocidas. La introducción de algún elemento nuevo topa siempre con una condescendiente actitud de burla por parte de una población que se resiste a los cambios (por ejemplo con la Torre Eiffel, el teléfono móvil o el Segway™). No obstante, el oscuro sistema capitalista insiste en ofrecernos cambios estridentes, cataclísmicos e incluso traumáticos, de forma regular. Cada día algún fabricante coge un envoltorio de caramelo que nos traía buenos recuerdos de la infancia y le da un diseño nuevo, chillón y patético, que incluso da vergüenza mirar. El recuerdo es erradicado, borrado. ¿Tus preferencias? ¿A quién le importan? ¿Tus deseos? Es evidente que son irrelevantes.

Las bolas de demolición destruyen preciosos edificios históricos que la arquitectura moderna no ha sido capaz de igualar, que son derruidos y convertidos en polvo, y en su lugar se construyen estructuras enclenques, espantosas; «lofts para viviendas/despacho» y «residencias urbanas de lujo» diseñadas por arquitectos incompetentes y construidas con Tyvek™ y papel higiénico. ¿A ti te preguntaron algo? La respuesta no es «no», sino más bien «¡NO!». No te preguntaron nada, y no lo hicieron con toda la intención.

Pero es que no se trata solo de envoltorios y edificios: ya no queda nada sagrado. La mayoría de estas metamorfosis incesantes están expresamente dirigidas a confundir a la población y tenerla permanentemente en vilo. Los coches conservan el nombre pero presentan un diseño completamente nuevo cada año. Los logotipos de los equipos deportivos cambian (los mutilan, en realidad) sin motivo aparente, pese a que los aficionados al deporte son el público más conservador del mundo, amante de «las cosas de siempre». Muchos deportes (y sobre todo el béisbol) se basan

enteramente en la nostalgia y se han convertido en una suerte de «feria renacentista» en el que para el espectador lo de menos es la modalidad atlética que se practique.

Las películas Polaroid se dejan de fabricar. ¿Por qué? Porque son una delicia. La película de cine da paso al vídeo, que más tarde es sustituido por el vídeo de «alta definición», aunque cada cambio supone una degradación radical de la calidad. Se estrenan *remakes* (generalmente dirigidos por Tim Burton) de películas clásicas, que el público adoraba, y que de pronto se convierten en rollazos aburridísimos e incomprensibles que, encima, obligan a puntualizar: «No, la versión nueva no: la original...». Estos *remakes* no tienen otro objetivo que incrementar las diferencias generacionales y la alienación social.

En Estados Unidos, incluso los jóvenes sienten nostalgia y empiezan a acumular recuerdos de la infancia en cuanto perciben que el incinerador tecnológico de la realidad presente se les echa encima sin piedad. Hoy la nostalgia es instantánea, y los recuerdos digitales son exhumados tras las secuelas inmediatas de cualquier acontecimiento. «¿Por qué las cosas no pueden ser como la semana pasada/ayer/hace un minuto?», se preguntan las películas.

Las masas, en su empeño por empeorar de forma constante nuestra calidad de vida colectiva, se estremecen horrorizadas, se retuercen de desesperación cada día, pero siempre en voz baja. La gente se siente aislada en su anhelo de familiaridad; siente que algo no funciona. «Seguramente los demás querrán que las cosas sean así», suspiran. Resignados a su alienación, avergonzados por ser viejos y estar anticuados, se hacen a un lado para dejar paso a la nueva generación, que supuestamente prefiere las cosas baratas y mal diseñadas, la arquitectura repugnante, los gráficos de ordenador ordinarios, etcétera. «Estoy solo en mi pesadilla», piensa todo el mundo.

Y, no obstante, no hay demanda para este mundo de aguas residuales. No solo eso, sino que ni siquiera quienes encargan los nuevos envoltorios/pisos/automóviles creen que estén mejorando las cosas. Son muy conscientes de la conmoción y el pavor que generan entre el público y, de hecho, diseñan todo ese horror a propósito, con la intención explícita de provocar nostalgia. Nostalgia de una era pasada y una sensibilidad perdida. Pero para invocar esa nostalgia, primero tienen que exterminar la mentalidad imperante de forma súbita y violenta, a sangre fría.

¿Por qué? Porque no hay sentimiento más potente que la nostalgia, el anhelo de lo conocido. Y eso la convierte en un bien muy valioso que la clase gobernante desea manipular para controlar a la sociedad. Pero nuestra nostalgia natural —hacia los familiares que hemos perdido, nuestra juventud o las circunstancias sociales sujetas inevitablemente a cambios— es demasiado personal como para que las élites la puedan utilizar. Para manipular la nostalgia, la clase dirigente debe controlar primero el contenido de dicha nostalgia, y para ello la vincula a artículos de consumo, cuya disponibilidad y apariencia sí puede controlar, pues posee tanto el capital como los medios de producción necesarios para ello.

Así, mediante decisiones residuales como la de rediseñar los envoltorios de los

caramelos, la clase gobernante manipula y crea con artimañas paradigmas nostálgicos como el de unos «Estados Unidos blancos», honestos y trabajadores que no existieron jamás, valores y morales que en realidad nunca fueron dominantes, y un sentimiento patriótico y nacionalista que está totalmente fuera de lugar en un país que empezó como un experimento capitalista basado en el egoísmo personal, y cuyo poder y riqueza iniciales provenían de la esclavitud y de los campos de concentración. La añoranza es también un mecanismo muy útil para marginar a la disidencia, por ejemplo asociando cualquier tipo de protesta con una regresión nostálgica a los años sesenta.

Pero ¿por qué es la nostalgia un sentimiento tan poderoso? ¿Por qué nos domina de esta forma? Porque la humanidad mantiene una relación difícil con el tiempo, tanto a la hora de entenderlo como de aceptarlo. La fricción entre la necesidad de aceptar el paso del tiempo y los esfuerzos por impedir que las cosas cambien constituye la base de muchos conflictos políticos. Alimentando una sensación de pérdida alrededor de envoltorios de caramelos y edificios históricos, las élites crean una población herida y mucho más dispuesta a identificarse con otras ideas absurdas sobre cómo «se supone» que deberían ser las cosas.

El ondear de banderas y la adoración del ejército, ambos elementos cotidianos del paisaje moderno, son en realidad ingredientes de un cuento de hadas inventado por los fascistas y según el cual los miembros de la Gran Generación eran todos patriotas de tomo y lomo que se sacrificaban por la causa. En realidad, la llamada Gran Generación, que luchó en la Segunda Guerra Mundial, era más leída y, por lo tanto, era también más radical, cínica y diversa políticamente que la sociedad estadounidense actual, que parece una pesadilla narcótica de una película de ciencia ficción, sometida gracias al control mental y a la hipnosis de masas. A diferencia de lo que sucedía en el pasado, actualmente no existen ni el Partido Comunista, ni la Campaña por el Desarme Nuclear, ni el Esperanto, ni, de hecho, la diversidad política. Los sindicatos no tienen ningún poder y la inteligencia normal se considera algo maligno y completamente inútil, además de un impedimento efectivo para cualquier tipo de vida sexual.

Sin embargo, y a pesar de haber alcanzado un nivel considerable de alfabetización e idealismo, los integrantes de la Gran Generación terminaron revelándose como una panda de segregacionistas que desencadenaron la bomba atómica, el Holocausto y la Matanza de Nankín, por mencionar solo algunos de sus logros. Da miedo imaginar de qué será capaz la generación analfabeta actual.

La primera etapa de posguerra fue una época de cambios profundos en Gran Bretaña, con la pérdida definitiva del imperio, el paso de la industrialización al estado del bienestar y una invasión y ocupación completas por parte de la cultura estadounidense. Fue la época en que crecieron los Beatles, quienes comprendieron perfectamente (y tal vez de forma intuitiva) cómo funciona la nostalgia. Y eso les permitió utilizarla de forma efectiva. Comprendieron que cada uno de nosotros está

convencido de que las cosas deberían ser para siempre como las vimos de jóvenes, que así es como se supone que tienen que ser.

Cuando uno ve algo que considera «bonito» en una película, una obra de arte, una canción o en la vida, en realidad lo que siente es nostalgia de un ideal intuido durante los años de formación, ya casi olvidados. Nos pasamos la vida intentando perpetuar mediante la repetición las cosas que vimos de jóvenes. Atacando la sensibilidad de los más pequeños y ocupando agresivamente su conciencia, los Beatles se aseguraron que varias generaciones de bandas los imitaran, los citaran como su influencia más antigua y les juraran fidelidad eterna, a ellos y a su modelo.

Seguramente se han ganado el dominio del cotarro hasta el fin de la era de las bandas, sea cuando sea. Los Beatles poseen un poder absoluto a nivel tribal, político y religioso.

15

Comunicación

I. HABLAR

Los miembros de algunas bandas famosas, como Slayer o los Ramones, no hablaron entre ellos durante años, a pesar de que pasaron meses seguidos compartiendo escenario, estudio y bus de gira. Existe la creencia generalizada de que su música se resintió mucho por ello, y es posible que así fuera. Pero la falta de comunicación no afectó existencialmente a dichas bandas: los Ramones tocaron juntos durante veintidós años y Slayer durante treinta. De hecho, no comunicarse es lo que mantiene a una banda unida.

La comunicación dentro de un grupo es su sentencia de muerte. En cuanto los miembros abordan o discuten supuestos problemas o temas, estos crecen y se hinchan hasta eclipsar los verdaderos objetivos, a saber: conceptualizar, grabar, actuar y desarrollar trucos publicitarios que acrecienten su popularidad.

Los Beatles se desintegraron poco después de que John conociera a Yoko, a quien los fans convirtieron en cabeza de turco y culparon de la ruptura. No obstante, la verdadera culpable fue la comunicación. El profundo y frustrante amor que John y Paul sentían el uno por el otro era el motor que impulsaba tanto su relación creativa como su asombrosa fecundidad. Pero los Beatles, siempre tan a la última, empezaron a hablar entre ellos en un intento por arreglar las cosas en comité, siguiendo la moda hippy de finales de los sesenta y su obsesión por la democracia, las sentadas y el comunitarismo. Los hippies, a su vez, se habían inspirado en el modelo de los Soviets, los consejos obreros de la Rusia revolucionaria, sobre los que habían leído en *Diez días que estremecieron el mundo*, el relato de John Reed sobre los hechos de

octubre de 1917. La era eduardiana causaba furor por entonces. Otras de las influencias de los hippies eran el psicoanálisis de Cari Jung y la sobona filosofía de Wilhelm Reich.

Los Fab Four, conscientes de que uno no podía desfallecer, se dedicaron obedientemente a hablar y a inventar evasivas, pero como no estaban ideológicamente preparados ni disponían de la disciplina y estructura que requieren el parlamentarismo, la autocrítica, la individuación o el autogobierno, prefirieron disolver la banda antes que tener que soportar el tedio de la democracia. Los Beatles habían funcionado (no, habían triunfado) cuando, arracimados en manada, los había arrastrado el torbellino, con un manager que les daba órdenes y hostigados por sus mecenas musicales. Los derribó el peso del paradigma igualitario y los plebiscitos.

De hecho, la supuesta «honestidad» o franqueza es la enemiga confesa del grupo y la despiadada asesina de su expresividad creativa. La funesta comunicación entre los miembros de los Beatles alcanzó la cúspide mientras John Lennon trabajaba con el gurú de la terapia primal, el psiquiatra Arthur Janov, justo antes de la ruptura oficial de la banda. Al expresar sus temores más recónditos tras explorar sus «traumas» de la infancia, Lennon desenterró el resentimiento obsesivo que le producía componer canciones junto a Paul McCartney. Los celos que la musicalidad, la «monería», la vanidad y el vibrante estilo de vida de Paul provocaban en John eran la fuente de su relación vitriólica, de su dinamismo e impulso. Ese descubrimiento extinguió el deseo creativo de John. Después de expresar su desdén hacia Paul en una entrevista para *Rolling Stone* (que se incluye en *Lennon Remembers*, Straight Arrow, 1971) y en la diatriba blues «How Do You Sleep?», la composición musical dejó de ser un pasatiempo necesario para él.

Efectivamente, tras *Plastic Ono Band* de 1970 y *Some Time in New York City* (Apple/EMI) de 1972, John Lennon hizo poco más que completar ideas inconclusas de la era de los Beatles («Mind Games», «Imagine», «Gimme Some Truth» y «Jealous Guy» eran todas ellas esbozos descartados durante de las sesiones de grabación del *White Album* y el *Get Back*) o grabar versiones de sus canciones rock preferidas (*Pussy Catsy*, 1974, RCA Víctor y *Rock 'n' roll*, 1975, Apple EMI), antes de retirarse en 1975. Entretanto, Paul evitó las técnicas terapéuticas de cualquier tipo y optó por conservar los horribles temores, manías y fobias que lo atormentaban y que le permitieron mantener su productividad. En consecuencia, McCartney siguió escribiendo éxitos durante décadas.

Los Rolling Stones, en cambio, casi no han hablado entre ellos durante treinta y cinco años. El resultado es que no se han autodestruido, su actividad no ha decrecido de forma sustancial y no se han obsesionado con seguir las modas. Han conservado la naturaleza Rolling, si bien es cierto que seguramente su nivel en tanto que compositores ha menguado. Cuando los Rolling Stones hablan entre ellos, lo hacen a través de libros o de los medios de comunicación, del mismo modo que los deportistas importantes utilizan a periodistas y periódicos para hablar con sus

entrenadores, y los líderes mundiales insinúan, amenazan o dan explicaciones a través del foro público de las noticias o desde el podio de las Naciones Unidas.

Si todo sigue como hasta hoy, al final de sus carreras los Rolling Stones habrán tenido un matrimonio muy católico. Han encontrado un sistema que funciona: su unión es una institución y, cuando se plantean las alternativas, la idea de rendirse les parece detestable. Para ello tienen que «saber llevarse». Durante los conciertos y mientras están en el estudio, «cierran los ojos y piensan en Inglaterra». Hace ya tres décadas que sus discos no son más que postales de los años dorados de su relación (*Exile on Main Street*, *Tattoo You* y otros trabajos se dedican a exprimir el éxito a fuerza de desempolvar material de estudio rechazado en discos anteriores y presentarlo como si se tratara de material nuevo).

Pero lo cierto es que la mayoría de las bandas famosas son como chispas que brillan con mucha intensidad durante un instante y, por lo general, o bien sus miembros deciden hablar entre ellos o llega un día en que ya no pueden más. La mayoría de los llamados grupos femeninos encajan en esta categoría, pues parecen ser más proclives a las discusiones y a un cierto grado de franqueza, dos factores fatales para la longevidad de una banda. De hecho, se dice que como las bandas femeninas hablan de las cosas, no duran. Desde determinados sectores se ha sugerido también que mientras que la socialización entre los hombres fomenta el estoicismo emocional y una mayor concentración en los objetivos, las mujeres tienen una mayor tendencia a dar crédito a «sentimientos» a lo Lennon, algo que tiene repercusiones catastróficas sobre el modelo de banda. Sean o no ciertas estas escandalosas generalizaciones, se puede demostrar empíricamente que solo un porcentaje relativamente bajo de las bandas femeninas logran grabar más de un puñado de discos, con algunas excepciones notables (en particular entre las bandas del movimiento Motown).

No obstante, «sobrevivir» no tiene por qué ser algo positivo para un grupo. La banda efímera suele ser más concisa conceptualmente, más pura y, por lo tanto, más potente en cuanto a su legado. Muchas, como las Slits, las Velvelettes, las Crystals, Vaselines, Dixie Cups, Raindrops, los Whyte Boots, Edie and the Eggs, Modem Lovers, Delta 5, Treacherous Three, los Avengers, los Heartbreakers, Minor Threat, Rocket from the Tombs, los Sex Pistols, Young Marble Giants y Rites of Spring, son más legendarias que otros grupos más longevos.

De hecho, y a juzgar por esta lista, puede parecer atractivo formar una banda solo para hacerla estallar en un derroche de gloria e inmortalidad. Sin embargo, lo que sucede entonces es que miles de grupos se dedican a copiar y explotar burdamente el estilo de tu banda, y eso puede abocarte a una existencia de amargura, mientras evocas lo que podría haber sido entre murmullos y te consumes de resentimiento contra ti mismo, contra la sociedad y, sobre todo, contra tus propios admiradores e imitadores.

II. CABALLOS PERDEDORES, VIEJAS GLORIAS Y ETERNAS PROMESAS

Desde luego, estar amargado por lo que podría haber sido también tiene su encanto. El papel de víctima, de vieja gloria, de ignorado o de perdedor eterno es un clásico de Hollywood y de las leyendas de héroes —Oscar Wilde sentado bajo la lluvia en la terraza de un café tras su humillación, el Norman Maine de *Ha nacido una estrella*, Clint Eastwood en *Sin perdón*— y puede proporcionar una carrera satisfactoria en sí misma. Ese es un camino que te puede convertir en una estrella, sobre todo a nivel local, sin provocar las iras de tu vieja pandilla, que es lo que suele suceder cuando uno consigue la fama.

Los Small Faces son una banda muy querida en el Reino Unido, precisamente porque no lograron conquistar Estados Unidos. Paradójicamente, no hay ninguna forma más rápida de poner en peligro las amistades y el confort personal que transmitir una imagen de éxito.

En cambio, ser la estrella que pudo haber sido pero no fue o el «perdedor del pueblo», como el personaje de Terry Malloy interpretado por Brando en *La ley del silencio*, sirve para ganarse la simpatía de los colegas. Antes o después, la leyenda de un éxito anunciado que nunca llegó porque se topó con unos obstáculos injustos generará un efecto bola de nieve de proporciones extraordinarias.

Como con el grupo que finge su propia muerte, suele suceder que los personajes que se ven injustamente privados de la fama terminan siendo más famosos y pareciendo más espectaculares que otras bandas que sí han logrado un éxito cuantificable. Al fin y al cabo, quienes logran la gloria se convierten en elementos tangibles (frágiles, imperfectos y terriblemente desprotegidos), mientras que quienes debieran haber sido grandes pero nunca llegaron a serlo son tan solo promesas, fantasías, y por lo tanto se considerarán siempre superiores a quienes efectivamente suben al escenario y actúan ante un público que los observa con confuso desdén.

Los caballos perdedores son como Bobby Kennedy, la URSS de Trotsky, Patrice Lumumba o Malcolm X después de Hajj: enigmas irresistibles, novelas del tipo «elige tu propia aventura». En cambio, el grupo que logra el éxito es aburrido, predecible y despierta aún más aburrimiento predecible. Al fin y al cabo, los arrebatos de éxito no hacen sino engendrar un conservadurismo nacido del miedo. Todo famoso sabe que el futuro le depara inevitablemente la caída en el olvido, una seguridad que pende sobre él como una mortaja que intenta conjurar. La táctica preferible, entonces, es atrincherarse y mantener la posición, a diferencia de los jóvenes hambrientos que acaban de empezar y prefieren flanquear el frente enemigo con maniobras espontáneas.

III. CONVERSACIONES DE GRUPO

Es inevitable que exista cierto grado de comunicación dentro de la banda, por lo que es recomendable estar preparado. He aquí una sene de ejemplos de comunicación

interna de varias bandas recogidos en documentos fílmicos. Aunque ya sabemos que todas estas interacciones sirven solo para precipitar el final de la banda, las someteremos a un análisis superficial para determinar qué da resultado y qué no.

EJEMPLO NÚM. 1 DE COMUNICACIÓN
DENTRO DE UN GRUPO
(de la película *Let It Be*)

Paul: Llevamos como una hora dándole vueltas al asunto sin nada en la cabeza, solo los riffs...

George: Los riffs... no hay riffs... [ininteligible].

Paul: No, pero fíjate. *You and I...* [canta]. *You and I have memories...*

George: [cantando] *You and I have memories...*

Paul: Pero falta algo, no suena bien.

George: Pues sigamos tocando hasta que...

Paul: O también podemos parar y decir: «No suena bien».

George: Si tuviéramos una grabadora, sería tan fácil como grabarlo y escucharlo. Seguro que encontraríamos la solución enseguida.

Paul: Es complicado, o sea que... A ver si podemos simplificarla un poco y ya la complicaremos cuando sea el momento. Ahora mismo es demasiado complicado, el trozo donde...

George: ¿Qué ves tan complicado?

Paul: Quiero decir que... En fin...

George: Yo solo estoy tocando acordes...

Paul: Ay, siempre te pones así cuando te digo algo... Yo solo quiero ayudarte, pero tengo la sensación de que te enfadas conmigo.

George: No, no me enfado.

Paul: Ya sabes a qué me refiero.

George: Porque aún puede durar más, no sé si me explico...

Paul: Oye, que yo no os quiero convencer. Es que vuelves a actuar como si os estuviera intentando convencer cuando no es así. Yo solo intento decir: «A ver, chicos, ¿lo intentamos así?».

George: No, si a mí me da igual, tocaré lo que tú quieras. O si no quieres que toque, no toco... Haré lo que a ti te apetezca.

John: Me encantaría poder escuchar la grabación de inmediato. O sea, grabarlo y escuchar cómo suena... Así veríamos si es solo que no nos apetece y si la guitarra suena bien.

ANÁLISIS: Si esta discusión te ha resultado difícil de seguir y te ha parecido pesada, lamento comunicarte que no estás preparado para formar parte de una banda de rock.

En esta conversación histórica, filmada durante la grabación de *Let It Be* para la

película documental que lleva el mismo título, Paul y George intentan sacar unos arreglos de guitarra. Paul es el compositor, y por lo tanto está en situación de indicarle a George lo que quiere. Este se muestra molesto, sobre todo por el tono de voz, y John interviene para intentar mediar entre ambos apelando a una máquina neutral, la grabadora, como herramienta judicial para resolver el problema.

John demuestra una clarividencia considerable en cuanto al papel de las máquinas como mediadoras en la sociedad moderna. Ya se trate de respiradores, automáticos, de ordenadores carnívoros que monitorizan miles de millones de correos electrónicos buscando indicios de sedición, de radares policiales de carretera o de misiles androides asesinos fabricados por Washington para que vigilen el Tercer Mundo, los jueces robóticos son parte ineludible del paisaje actual.

La grabación en vídeo de situaciones comprometidas es también un método habitual de asesinato político, mediante el cual legisladores (y por supuesto famosos) son lapidados regularmente con crímenes sexuales arbitrarios orquestados por oscuras camarillas secretas contra las que supuestamente han actuado.

Metallica, un grupo de una era posterior, enfoca la mediación de forma distinta. En esta discusión, también en torno a los arreglos de una canción, Kirk Hammet y Lars Ulrich discuten conceptual y semánticamente, mientras que el productor Bob Rock ejerce como mediador.

EJEMPLO NÚM. 2 DE COMUNICACIÓN DENTRO DE UN GRUPO (de la película *Some Kind of Monster*)

Lars: Hablas sobre la idea del solo de guitarra tal como lo conocemos, algo un poco anticuado, y sobre si tal vez habría que reintroducir algún...

Kirk: ¿Puedo decir algo que me parece una gilipollez? Todo ese rollo estúpido sobre si «el solo encasilla un tema en el tiempo» y tal es una gilipollez. Si no tocas un solo de guitarra en una de estas canciones, estarás encasillándola en *este* momento y vinculándola a una tendencia que se observa ahora mismo en la música. Y yo creo que eso es una estupidez, que es una moda y punto.

Lars: Pero eso no es lo que yo he dicho. Siempre hemos intentado, o sea, ver hacia dónde podíamos ir que fuera novedoso e interesante, para no limitarnos a repetir lo mismo que hicimos en el pasado.

Kirk: Yo no tengo ningún interés en tocar solos de guitarra tradicionales... Es solo que...

Lars: Sí, eso ya lo has dicho.

Kirk: Es que me aburre, ¿sabes?

Bob: Yo creo que si le puedes dar un toque de color a la canción que te guste a ti y que funcione con el resto, eso es lo que deberíamos hacer. Pero no

quiero verme en una situación donde tengamos que grabar algo para satisfacer tu ego, mi ego, el ego de James, o el de Lars. Yo creo que tiene que encajar con lo demás. O sea, en otras palabras, yo creo que no debe haber una regla que diga que a partir de ahora no haremos solos; no debe haber reglas sobre solos.

Kirk: No, si estoy de acuerdo. Yo solo pienso en qué le vendrá bien a la canción y sabes que así me siento mejor, porque me niego a seguir determinadas tendencias que veo en otras bandas. Eso no significa necesariamente que tengamos que quedamos anclados en nuestra forma tradicional de funcionar, pero tampoco tenemos por qué seguir esa tendencia.

ANÁLISIS: Esta es una discusión estética típica dentro de una banda de rock, en la que Kirk interpreta el papel del tradicionalista y Lars intenta que Metallica avance y abandone sus principios formalistas. Para ellos, y en tanto que californianos, las reflexiones emocionales y un vocabulario propio de la «psicología pop» son poco menos que una norma cultural.

Esta última conversación está bien porque constituye un ejemplo de un grupo que intenta definirse a sí mismo por oposición a lo que percibe como el *statu quo* del resto de las bandas y las tendencias que estas representan. De hecho, se trata del único tipo de discusión que debería tener una banda, basado en una simplificación paranoica del mundo externo y en una ruidosa definición de la propia banda por contraste.

Bob, el productor, cumple magistralmente con su papel de mediador/terapeuta, calmando los egos, soltando tópicos y dispensando consejos vacuos en un tono de voz melodioso.

EJEMPLO NÚM. 3 DE COMUNICACIÓN DENTRO DE UN GRUPO (de la película *Some Kind of Monster*)

Kirk: Suena muy confuso.

James: Casi no deja que se oiga la voz. O sea, es ingenioso y todo eso, pero... no veo qué aporta.

Lars: Sí, supongo que eso es lo que oís, no pasa nada. Solo intento hacer algo distinto.

James: Seguramente es que estoy acostumbrado a que el batería lleve la parte del «ritmo»... ¿Entiendes a qué me refiero? Que se encargue de cohesionar la canción.

Lars: Vale... pues lo que yo oigo... A ver, voy a elegir cuidadosamente mis palabras... Esto... Bueno, es que es bastante claro: la guitarra y tal me suena un poco típica. O sea que intento darle un toque distinto por la parte

de la batería.

James: Todos esos rollos que nos soltamos mutuamente son gilipolleces. «Suena un poco típica. Para mí suena demasiado normal...». O sea... ¿me explico? Dices eso solo para poder hacer lo que quieres con la parte de la batería, pero sabes que en realidad no tiene fundamento.

Lars: Eso lo dices tú.

James: Pues sí, lo digo yo.

Lars: ¡Es que es una guitarra típica! ¿Qué parte no entiendes? La escucho y me parece típica. No sé, ¿quieres que te lo ponga por escrito?

James: Sí, eso, ponlo por escrito. No te oigo.

ANÁLISIS: Aquí vemos que, mientras que para los Beatles la grabadora, un robot neutro, servía de mediador, para Metallica es una fuente de antagonismo: el análisis que permite provoca una desavenencia. Pero el problema de esta discusión es básicamente semántico. Hablar de música puede ser un campo minado, pues se usa una terminología poco precisa, con una gran carga emocional y no estandarizada. Por ello, antes de empezar a hablar es importante que los miembros de la banda os pongáis de acuerdo sobre la terminología. ¿Qué significado tienen las palabras «típico», «húmedo», «fúnebre», «con garra», «psicodélico», «Sun Studios», «poco melodioso», «punk», etcétera, para cada uno? Unificad vuestras definiciones sobre estos términos antes de dejar que corran sueltos por el local de ensayo.

Seguramente no lograréis poneros de acuerdo sobre significados absolutos, por lo que es preferible hablar en terminología oficial. Como si la banda fuera como un experimento científico controlado y las canciones y sonidos, datos de laboratorio.

EJEMPLO NÚM. 4 DE COMUNICACIÓN DENTRO DE UN GRUPO (de la película *One Plus One*)

Keith:... Si pudiera tener un poco más de...

Mick: Un poco más de Keith en los amplis... [más alto]. Un poco más de Keith en los amplis, dice...

Keith: No me oigo.

Mick: Vale, oye, Keith, creía que el solo iba en el tercero, no, en el cuarto en lugar del... La cosa va así y luego el último verso es diferente.

Keith: Vale.

Mick: O sea, tres versos seguidos y luego el solo o lo que sea. Debería empezar muy *cool*; que suene *cool*.

Productor: Pero... [inaudible]. Toca un momento tú solo, Bill... Los demás esperad un momento.

[El bajista toca algo].

Productor: [inaudible] ¿... ese sonido?

Keith: ¿Puedo...?

Productor: ¿Qué?

Keith: Quiero mover los amplis... Quiero probar con el Vox pequeño. Suena mejor.

Productor: ¿Quieres el Vox? ¿El Vox pequeño?

Keith: Quiero sonar por ahí.

[La banda toca notas aleatorias durante un rato interminable].

Productor: ¿Keith? No te enfadarás si te pido que bajes un poco el volumen, ¿verdad?

Keith: [bromeando]. ¡Ya lo creo!

ANÁLISIS: Aquí nos encontramos ante un grupo en la cima de su carrera y, en consecuencia, sus miembros apenas hablan entre sí. Contrariamente a lo que sucedía con los otros grupos, que precipitaban la disfunción interna hablando de las cosas, a estas alturas los Stones actúan como ciervos en una manada, o peces en un banco: de forma intuitiva, inconsciente y, por lo tanto, satisfactoria.

16

Liderazgo

El grupo encarna un ideal de vida. Por ello, cualquier miembro es una especie de misionero ideológico, un líder. Si decides formar parte de un grupo, debes estar dispuesto a aceptar ese papel, aunque sea a regañadientes. Eso sí: aunque te imbuyas de esta autoridad, no esperes que la gente te salude como si fueras un contraalmirante, un director de empresa o un parlamentario.

La mayoría de la gente no tendrá conocimiento de tu alta posición. Al ver los disfraces que tu exaltado credo te obliga a llevar, se reirán de forma más o menos disimulada, pondrán los ojos en blanco y se burlarán de ti, indignados ante el descaro de un simple mortal a la hora de vestirse, con un atuendo reservado a las estrellas.

Para la sociedad carca, los peinados raros, la ropa de piel con tachas o cualquier otra exigencia estética de tu subcultura equivalen a ver a un seglar vestido de monja o de obispo por la calle: una ofensa y una provocación. Para el paleta medio, el derecho a disfrazarse es exclusivo de una clase especial de personas que solo existen en los vídeos musicales. Pero aunque sus burlas te hieran, no debes tenerles en cuenta que disfruten con su indignación. Su respuesta a la provocación de tu vestuario es una clásica reacción contrarrevolucionaria. Representa la simetría de la protesta y es el combustible que alimenta el motor de los radicales. En cuanto consigas la fama, se jactarán obedientemente de que en su día fueron amigos tuyos.

Tu autoridad, aunque a veces no se reconozca, incitará este tipo de respuestas en

tribus ajenas a tu jurisdicción. Eres como César avanzando entre los insolentes galos. Ir al banco o al supermercado puede convertirse en una excursión peligrosa. Tu papel, que solo conoce un pequeño grupo de fieles, es semejante al de un capo de la Mafia. Y, como al capo de la Mafia, nunca deben pillarte dando órdenes.

Puedes recurrir al poder de la inferencia y la sugestión en tus canciones, discos y entrevistas. También puedes enviar lacayos, cómplices e intermediarios para que te allanen el camino. No obstante, debes evitar a toda costa que te relacionen directamente con el caos que generes, pues en ese caso las autoridades morales y legales del estado te declararán un peligro público. Por ello, tus canciones y discos no pueden dar instrucciones explícitas; debes camuflar tus órdenes bajo personajes de ficción, metáforas y escenarios imaginarios. Debes abordar tus canciones como si fueran ejercicios formales. De otro modo, las malas actitudes que inspires podrían costarte demandas colectivas.

Recuerda: estás usando magia. Las canciones, los conciertos e incluso las carátulas de los discos son conjuros que afectan directamente al oyente a un nivel tanto consciente como inconsciente. Cuando los masones guían al populacho a través de inscripciones en clave en los billetes de dólar, signos del zodiaco de la arquitectura institucional, símbolos oficiales e insignias estatales, operan de forma similar.



No debes tomarte a la ligera tu responsabilidad como líder. Aunque la Velvet Underground empezó como la idea de algún iluminado de la industria discográfica de mezclar al Dylan de la era de *Highway 61* con la moderna literatura yonqui de William S. Burroughs y Alex Trocchi para crear un grupo nuevo y original, su música tuvo un efecto visceral en la vida de las personas que la escucharon. Estas personas, dice la leyenda, formaron sus grupos y se dedicaron a propagar la ideología de la Velvet entre su propio público. Parte de esa ideología se basaba en una versión grotescamente exagerada de la figura estadounidense del *outsider*. La Velvet Underground, como Apple Computer Inc., es una marca que, para millones de consumidores, otorga una imagen de persona entendida y contraria al sistema.

La Velvet Underground ilustra claramente los terribles efectos que pueden tener los inofensivos intentos de una sola persona por convertirse en alguien guay. Podríamos discutir si la fase «psicodélica», o simplemente drogadicta, del rock de los sesenta fue una conspiración gubernamental para someter al activismo político a fuerza de promover un estilo de vida «pasado», «colgado» o «colocado», pero lo cierto es que tuvo justamente ese efecto. En la música adolescente, la cultura de la droga fue promovida por la industria del rock, especialmente por los socios

anticomunistas del hampa de sellos discográficos como Roulette, Buddha o Kama Sutra.

Como sucede con las figuras misteriosas que se ocultan tras las decisiones de la alta política y las grandes finanzas, tu papel como líder roquero pasa por negar la existencia de directrices o instrucciones, y aún más de seguidores. Como le ocurre al capo de la Mafia, habrá personas molestas con tu papel que intentarán desenmascararte, apartarte y dejarte por los suelos por pretencioso. Cuanto más feroces sean los ataques, más seguro podrás estar de que el público percibe tu influencia. El resentimiento que inspiras en los demás es un reflejo directo de la percepción de esa influencia. Es necesario que aproveches esa percepción, por injustificada que sea, en tu propio beneficio.

Como les sucede a todos los líderes, deberás convivir con un peligro de insurrección permanente, y te convertirán en cabeza de turco y responsable de la paranoia, las manías y los excesos de la gente. Te convertirás en objeto de ridículo, rencor y desprecio, sobre todo en Internet, una incorpórea nube de odio donde los asesinos son onanistas anónimos que dan palos de ciego en todas direcciones. No les des importancia a esas menudencias: lo único que respetan esas criaturas es que los ignores. Aunque te vilipendien y te coloquen ante un espejo deformante y nada halagüeño, en persona serán todo respeto. Mantén la distancia y entre tú y tus enemigos, se alzará una pared mágica que los dejará cautivados, paralizados y derrotados. Aunque las bandas son líderes, es posible que se sometan a la autoridad definitiva: el público. Como supuestos anarquistas, las bandas reivindican heroicamente la autonomía de su entidad e insisten en que hacen música solo para sí mismos, se declaran ideológicamente inflexibles y aseguran que su única guía son las musas. En las taquillas y en las tiendas de discos, la mañosa opresión pone la bota en el cuello de las bandas, que terminan por sucumbir a los mundanos dictados del público. Aun así seguirán fingiendo un desenfadado control totalitario.

Si los grupos son líderes, los fans son sus fieles. Esta constatación puede provocar cierta incomodidad entre muchos de los librepensadores que engrosan las desaliñadas filas del rock, a quienes puede parecer inmoral o poco ético reclutar a fieles (encima no remunerados) para que actúen a favor de sus intereses. Pero en Estados Unidos hay muchas empresas, denominadas a veces «sin ánimo de lucro», que cada año reclutan a cientos de miles de jóvenes en la flor de la vida para que actúen como trabajadores no remunerados o «en prácticas».

Estas personas son degradadas, mangoneadas y obligadas a realizar las tareas más sórdidas y previsibles. Mientras tanto, a los consumidores se les programa e intimida para que compren artículos inútiles e «innovadores», aplicaciones para móvil y sistemas informáticos. Las cárceles utilizan a los internos como mano de obra cautiva, a cambio de nada. El motor de la economía estadounidense ha sido siempre una mano de obra sobreexplotada y a menudo no remunerada. Tu banda formará parte de ese sistema asqueroso lo quiera o no, de modo que es importante que actúe

con deferencia hacia una autoridad superior —ya sea el blues, algún tipo de ideología, un *maharishi* o *baba*, u otra banda o ídolo musical—. Eso será clave a la hora de rehabilitar la autoridad de la banda de rock ante sus seguidores.

17

Disciplina

Toda banda necesita un código de disciplina interna. El rock afirma querer propagar el caos y «eliminar a los testigos», pero es importante recordar que existen dos tipos de caos. Por una parte está el caos que encarna el perro callejero, que corre desesperadamente en todas direcciones hasta quedar agotado. Por otra está el caos que provocan los terremotos, las avalanchas y los artefactos explosivos improvisados.

Este último tipo de caos es el que nos conviene. Pero para que la lava emerja del interior de la tierra en un chorro furioso es necesario un considerable esfuerzo por parte del volcán. No sale así como así, después de un día en la playa o de una resaca de media tarde. ¡No! Si sale propulsada de la forma en que lo hace es a causa de la tensión y la torsión que se ha ido acumulando a lo largo de un período de tiempo muy extenso. Del mismo modo, para que la banda se descargue de un modo similar antes hay que someterla a un régimen férreo de severidad implacable.

Un buen ejemplo de las directrices apropiadas para un régimen de este tipo es el Código de disciplina del Vietcong, creado por personas cuyas vidas, tal como sucedería con la tuya, dependían de la buena voluntad de una red clandestina de simpatizantes.

Puesto que utilizaremos el Código del Vietcong como modelo, examinemos antes sus aforismos con más atención.

1. Obedeceré las órdenes de mis superiores bajo cualquier circunstancia.
2. Nunca robaré nada al pueblo, ni siquiera una aguja o una hebra de hilo.
3. No utilizaré la propiedad colectiva para fines propios.
4. Devolveré cualquier cosa que me presten y restituiré cualquier bien dañado.
5. Seré educado con la gente, la respetaré y la amaré.
6. Actuaré con justicia tanto al comprar como al vender.
7. Cuando me aloje en casas ajenas, las trataré como si fueran mi propia casa.

8. Seguiré la siguiente máxima: TODO PARA EL PUEBLO Y POR EL PUEBLO.
9. Mantendré escrupulosamente los secretos de mi unidad y no revelaré ningún tipo de información, ni siquiera a mis amigos y familiares.
10. Animaré a la gente a luchar y a defender la Revolución.
11. Estaré alerta a la presencia de espías y denunciaré cualquier persona sospechosa a mis superiores.
12. Me mantendré cerca de la gente y conservaré su amor y afecto.

1. Obedeceré las órdenes de mis superiores bajo cualquier circunstancia.

Eso puede resultarle difícil al roquero, que ha jurado desdeñar cualquier tipo de autoridad. Sin embargo, esta máxima se puede leer como «obedeceré todas las órdenes de la banda», pues la misión de la banda (por lo menos inicialmente) será una autoridad aceptable para sus miembros. Se trata de una máxima crucial, porque la rebelión podría originarse dentro de la propia banda, como sucedió con los Famous Flames de James Brown, o cuando Paul McCartney tomó las riendas de los Beatles tras la muerte de Brian Epstein. Esa decisión exacerbó el resentimiento de sus compañeros, que terminaron echándolo de su camarilla: a lo largo de las carreras en solitario de los ex Beatles, y como si fuera Rudolph el Reno, nunca invitaron a Paul a colaborar en los discos de los demás miembros, mientras estos sí aparecían a menudo como «artistas invitados» en los trabajos de sus antiguos colegas.

2. Nunca robaré nada al pueblo, ni siquiera una aguja o una hebra de hilo.

Esta regla resulta particularmente peculiar, pues el rock se basa precisamente en robar. Las bandas con las que toques te robarán las ideas, las letras, la presencia escénica e incluso tu estilo y tu forma de comportarte. Tú, por tu parte, habrás robado todas esas cosas de discos que has oído, libros que has leído y películas que has visto. Los ingenieros de sonido os robarán los micrófonos y las cuerdas de guitarra (o viceversa), mientras que las personas que pululen por el *backstage* os robarán la cerveza, los ordenadores, el dinero y las agendas de direcciones. Mientras tanto, los yonquis que merodeen por el exterior del local donde deis el concierto os robarán el equipaje, los bártulos y la furgoneta. Los asistentes al concierto os robarán discos y camisetas del *stand* promocional.

Pero para el grupo, «el pueblo» del segundo mandamiento significa el público. Como miembro de una banda no debes robar nunca nada del público. No porque existas en un plano moral superior, sino porque si le robas la pinta, la actitud o el novio/a quedarás bastante mal. Los componentes debéis guiaros por vuestro estilo, aspecto y actitud. «La imitación es el mayor halago», se suele decir. Pues bien, uno nunca debe halagar al público, pues este no lo respetaría. Del mismo modo, si el público u otros grupos te roban algo a ti, eso no hará más que acentuar tu primacía.

3. No utilizaré la propiedad colectiva para fines propios.

Esta parece una regla bastante simple. Si una banda posee cosas en común, los miembros individuales no deben utilizarlas en su propio beneficio.

Un ejemplo típico en este sentido es la furgoneta. Según esta orden, hay que disuadir a los miembros del grupo de utilizar la furgoneta para ir a hacer las compras, a clase de yoga o al club de ganchillo. Dicho uso pone en peligro la furgoneta, aumenta el riesgo de accidentes y somete el motor a un desgaste innecesario. Además, puede alimentar el resentimiento entre los miembros, que empezarían a utilizarla para realizar sus propias tareas. Sin embargo, esta lectura simplista ignora aspectos más importantes sobre la naturaleza verdadera de la banda.

Así, por ejemplo, es importante determinar quién soy «yo» exactamente y quién es «la banda».

Es evidente que la banda es la suma de la organización, la sublimación de las preocupaciones individuales por el bien de todo el grupo. Así pues, la banda es la suma total del personal que la compone y que actúa de forma conjunta, por ejemplo cuando sube al escenario. Pero si prestamos atención, veremos que muchas «tareas de grupo» se llevan a cabo tan solo por necesidad o conveniencia. Y que, a veces, cuando uno hace algo «por el grupo», puede terminar viéndose como el grupo. El motivo por el que los «supergrupos» siempre fracasan (Velvet Revolver, CSNY) es que las identidades hinchadas de sus miembros suponen un impedimento para la cohesión del conjunto.

Por ello, es importante tener siempre presente que la banda es uno, y que uno es la banda. En el escenario mencionado anteriormente, todo el mundo puede utilizar la furgoneta para lo que quiera, siempre y cuando supere un riguroso test de lealtad.

4. Devolveré cualquier cosa que me presten y restituiré cualquier bien dañado.

Esta regla es diáfana e incluye la cinta aislante, la moral, el idealismo, etcétera.

5. Seré educado con la gente, la respetaré y la amaré.

La etiqueta es una herramienta fundamental para subyugar a las masas, como demostró el Imperio británico, que adoptó un código de cortesía en el trato a sus sujetos coloniales que los mantuvo varios siglos bajo el yugo monárquico. La educación es un gesto agresivo, pues reta al destinatario a responder de forma análoga. Todo el rollo de «gracias por venir a vernos» no es más que una táctica clásica de intimidación desde el escenario.

Etcétera. Cada grupo puede adoptar su propio código de disciplina, pero todos los miembros deben aceptarlo y comprenderlo previamente.

Los críticos

Si formas parte de una banda, en cuanto se terminen los aplausos y la gente se guarde los bolis con los que has firmado los autógrafos, te asaltará una pregunta: «¿Somos buenos?».

Las reflexiones de este tipo no son en absoluto excepcionales. Independientemente de lo que haga, toda banda deberá enfrentarse a espectadores que miran sin comprender antes de marcharse, que aplauden mecánicamente mientras bostezan o que directamente no existen. Es posible que, la noche anterior, ese mismo grupo tuviera que tocar varios bises entre los fervorosos aplausos del público y que recibiera invitaciones entusiastas para dar conciertos en sitios lejanos.

¿Hay que hacer caso de este tipo de *feedback* para determinar si la banda va por el buen camino o la está pifiando? No. Radicalmente no. Ni siquiera la popularidad es un indicador fiable, pues hay espectadores que asisten a conciertos por motivos de lo más variopinto, desde los escrúpulos sociales hasta una fascinación por los friquis o un interés lascivo en otros espectadores.

No obstante, la forma tradicional de determinar si el trabajo de una banda es valioso o acertado ha consistido en juzgarlo a partir de los aplausos que recibe, la multitud que congrega, los discos que vende, etcétera. Por eso las bandas y los cantantes que dominan las «listas» —cuyos discos figuran entre los «100 más vendidos»— actúan como una panda de arrogantes, como si fueran deportistas y sus equipos hubieran ganado un campeonato o un trofeo. Se consideran a sí mismos una clase especial y están convencidos de que sus galardones son un barómetro de su excepcionalidad, no la afortunada consecuencia de sobornos, del *Zeitgeist* o de otras circunstancias.

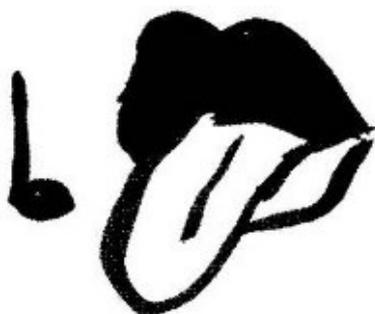
Por «bueno» o talentoso que sea el creador de éxitos, la «gloria» depende de un millar de factores. En cualquier caso, ni la fama ni los premios de nombre rimbombante sirven para determinar si lo que uno hace vale la pena, tal como los Grammy llevan años demostrando.

Asimismo, uno no debe tomarse como algo personal lo que el público pueda decir sobre su banda, ya sea que les encanta, que les parece horrible o aburrida, o que les ha cambiado la vida. Sus opiniones están sujetas a circunstancias muy diversas, como por ejemplo si ese día han tenido una buena digestión, lo que les ha pasado en el trabajo o la alineación de las constelaciones. Los piropos pueden ser un indicio de que una banda no supone ninguna amenaza, pueden ser sinceros o pueden ser fruto de la compasión, la codicia o el miedo. Eso sí, recibir piropos resulta siempre agradable, y uno debe agradecerlos con cortesía. Son «palomitas para los oídos», pero calóricamente inofensivos.

En el fondo, no hay nadie a quien tu banda le preocupe tanto como a ti, de modo que hay que tratar las habladurías como lo que son: habladurías. Nunca sabrás

realmente si lo que haces es bueno, malo o simplemente confuso. En cualquier caso, a ti te toca demasiado de cerca como para juzgarlo correctamente. Si de algún modo pudieras convertirte en un espectador externo de tu propia música o de uno de tus conciertos —mediante una experiencia extracorpórea, por ejemplo, o a través de los oídos y los ojos de otra persona—, seguramente la experiencia resultaría traumática, angustiante y depresiva, pues te obligaría a reconciliar la imagen que tienes de ti mismo con la idea que otra persona tiene de ti. Porque, al fin y al cabo, ¿a través de qué ojos y oídos elegiré uno verse y escucharse? ¿De los de un crítico?

A menudo se oye que «hay un crítico en cada uno de nosotros», algo que resuena con más fuerza que nunca en la era moderna de la autopublicación y de los comentarios electromagnéticos. Y, ciertamente, tu banda recibirá críticas feroces por todos los lados, que terminarán afectándola si se lo permites. La mejor forma de lidiar con las críticas es ignorándolas, ya que son arbitrarias y a menudo anónimas. E incluso cuando van firmadas, las ideas que exponen suelen revelar una ignorancia y una osadía lamentables. Pero es que, además, ¿quiénes son esos críticos y quién les ha pedido su opinión?



Un crítico es una persona que cree que sus opiniones deben servir de guía para los gustos de los demás. Eso es normal. Se trata del mismo impulso que se encuentra detrás de los *disc-jockeys*, las cintas caseras de música variada, la gente que regala discos y demás. Hay muchos músicos y expertos en tendencias que escriben para intentar someter el ámbito en el que se mueven a su estética o ideología. Las ideas de esa gente sobre bandas y discos son valiosas y dignas de estímulo, y en el pasado han ayudado a dar forma (e incluso a inventar) algunas de las tendencias y movimientos musicales más interesantes de la era de las bandas. Pero existe también una industria de críticos establecidos que publican sus juicios sobre música siguiendo un objetivo mucho más siniestro. Al fin y al cabo, transcribir la propia opinión sobre discos que a lo mejor ni siquiera te interesan, en una era en que cualquiera puede escucharlos libremente, exige un espíritu evangelizador o una vanidad antropológica considerables. De hecho, el crítico moderno suele creer que está traduciendo la experiencia sonora de un disco en algo que su lector (que es demasiado obtuso para «pillarlo») pueda comprender. El crítico es un intérprete que descifra el lenguaje de una tribu remota para su rebaño.

Para el crítico, esa tribu extraña (la de las bandas) está llena de buhoneros,

vendedores ambulantes y gurús. Algunos son profetas descalzos que convierten a sus adeptos al «arte» verdadero, pero en su mayoría se trata de fantasmas, farsantes y estafadores que intentan colarte basura como si fuera un tesoro. Como los timadores que pululan por las calles de las ciudades, viven al acecho constante del consumidor de música que, huérfano de los consejos necesarios, se verá arrastrado a un antro de iniquidad auditiva, como el pobre adolescente incauto que se paseara por Haight Street en 1967. Afortunadamente, el crítico es una especie de personaje heroico, como Curtis Sliwa de los Guardian Angels, dotado de una perspicacia especial que le permite discernir entre quién es auténtico y quién un farsante. De hecho, la experiencia musical del crítico no es relativa, sino *intrínseca* a la música. Como el árbol que cae en el bosque, «si se publica un disco y ningún crítico lo reseña, ¿existe ese disco?».

Cuando estos críticos escriben supuestamente acerca de un disco, lo único que dicen en realidad es: «Yo, yo, yo... ¡¿y YO qué?!». Y como su objetivo es el autobombo, les molestan los músicos y las bandas con carácter y personalidad propios. Desde su punto de vista, esta competición con el sujeto a examen es totalmente lógica, pues los críticos se ven a sí mismos como artistas por derecho propio: sus textos necesitan una base plana, una *tabula rasa* sobre la cual proyectarse. Del mismo modo que el guitarra solista desea disponer de una base rítmica constante sobre la que «partir la pana», el crítico alaba a los artistas y las bandas que le ofrecen un sustrato limpio y pulcro donde sus palabras puedan brotar. El crítico, en definitiva, desea bandas y cantantes cuya personalidad no pueda eclipsar su voz.

Por eso recompensan a las bandas formalistas, inofensivas, sosas y pretenciosamente modestas, que tocan con una indiferencia estudiada, que ponen todo su empeño en simular que actúan sin ningún esfuerzo y que componen ese revoltijo indefinible que se da en denominar «indie rock». Los críticos suelen hablar bien de bandas de clase media con educación universitaria, pero que no son ni intelectuales ni poéticas, ni en modo alguno amenazantes. Sus integrantes adoptan un estilo trivial e informal, son lo bastante listos como para asumir una presencia modesta y anodina, y atractivos en el sentido de que recibieron todos los nutrientes necesarios cuando eran jóvenes, al tiempo que gozaron de una educación ordinaria pero privilegiada.

La música que hacen no es necesariamente «mala». De hecho, incluso es posible que sea «buena» en un sentido u otro. Pero por lo general es también discreta, introvertida y sin interés, cargada de un sentimentalismo empalagoso digno de la televisión de mediodía, inescrutable hasta el punto que delata la cobardía del «artista», y generalmente subvencionada por el gobierno de su país de origen, ya sea Canadá, Francia o Suecia. Si el músico en cuestión es estadounidense, se revolcará en el oscurantismo y la falta absoluta de contenido político por miedo a ofender al empresario, que en un futuro puede contratarlo para su conglomerado empresarial o *lobby*, y para no asustar a una hipotética chica bien que pudiera verlo como alguien

demasiado «colgado», raro o radical.

El papel estelar que el panorama musical actual reserva al crítico hace que este se preocupe por el decoro. Si Little Richard apareciera hoy en la escena musical, provocaría la ira de los críticos. No soportarían su sentido del humor, su teatralidad, sus disfraces ni el contenido dadaísta de sus canciones. Lo mismo puede decirse de Bob Dylan, Chuck Berry o los Beatles. El crítico los tacharía de artistas cómicos y efectistas a los no vale la pena tomar en serio, a diferencia de lo que sucede, pongamos, con los soporíferos y sumamente respetados Sigur Rós o Radiohead.

No hace falta decir que Little Richard no tiene ninguna presencia en el panorama musical actual. Se ha convertido en un músico institucionalizado y uno de los preferidos de los críticos. ¿Por qué les gusta tanto? Porque es diferente y, por lo tanto, irrelevante. En el mundo de la música, los críticos solo excusan la personalidad de un artista si lo pueden encasillar en la categoría de «otros», o si está retirado o muerto. Si él o la artista es irrelevante o resulta totalmente exótico, tendrá derecho a actuar de forma teatral, a mostrar una personalidad, a adoptar un nombre artístico e incluso a expresar ideas políticas. En cambio, todas esas características son completamente inaceptables en el caso de los artistas contemporáneos. A diferencia de lo que pasaba con sus antecesores, a los roqueros modernos se los valora por no tener personalidad: deben mantener la integridad del *statu quo* y colaborar codo con codo con el sistema y sus grupos de expertos, que proporcionan credibilidad a la demencia y al absurdo del capitalismo. Cualquier persona que intente eludir ese vacío será objeto de rechazo.

Del artista se espera que sea un socio silencioso y una extensión espontánea de autoridad anónima, una marca más que añadir a Standard Se Poor's, el NASDAQ, el *New York Times*, Merchant Ivory, Procter & Gamble, Monsanto y el MoMA. Sting, Bon Iver y Vampire Weekend encajan perfectamente en ese modelo. Esta política se propaga a través del crítico, que se siente también atrapado en el vacío. Para el crítico de rock oficial, la banda moderna representa la «moda» o el «arte», mientras que la «otra» música es toda «disfraz» y «astucia», auténtica en cierto modo pero ajena a la crítica.

El crítico experimenta un dolor considerable al escuchar una música que no encaja con los estándares del buen comportamiento, pues considera que esa música amenaza lo establecido, sus ideas sobre el progreso dialéctico de la música y su propio lugar dentro de esa narrativa. En consecuencia, y como hacen los medios de comunicación que les sirven de guía ideológica, hace lo posible por controlar la conversación sobre lo que sucede. Para ello utiliza un sistema de calificación que reduce el objeto de su crítica a algo totalmente cuantificable, inofensivo y desprovisto de mística y potencia. Aunque le conceda cinco estrellas o un diez sobre diez, el crítico siempre será más importante que la obra: sin sus conocimientos, esta flotaría en el espacio, carente de todo sentido.

En estos últimos años, los críticos han adquirido tal peso a la hora de dictar tanto

la importancia de un disco como su éxito, que se han convencido a sí mismos de que sus observaciones constituyen una forma de expresión más elevada que el disco en sí. De hecho, los editores de las páginas de Internet sobre crítica musical más influyentes han propuesto un sistema según el cual a partir de ahora, en lugar de escribir reseñas sobre discos, se publicarían discos sobre reseñas. En este nuevo sistema, los críticos saldrían de gira y se llevarían la fama y la gloria, mientras que las bandas, cada vez más irrelevantes dentro de todo el proceso, se irían eliminando progresivamente. Aún está por ver si este cambio se hace realidad, pero lo que es innegable es que en la actualidad el crítico oficial, una especie de imbécil cósmico o sátiro trascendental, goza de un poder tan singular como arbitrario, más o menos como Joseph Stalin pero sin su valor, su astucia y su ingenio.

Otra de las tareas de los críticos consiste en tener una opinión sobre cosas que ni les van ni les vienen, algo que los lleva a coger manía a los discos y bandas que reseñan. Por ello inventan y evocan opiniones a partir de las cuales realizan aseveraciones que abordan no la cosa en cuestión, sino su percepción de la cosa. Así, a veces defienden perversamente lo que es impopular o viceversa, o intentan «descubrir» algo desconocido. Pero por lo general estos reseñistas se limitan a mantener quisquillosamente el *statu quo* y una estética que, desde su punto de vista, refuerza su «identidad» personal, igualmente artificial.



Por otra parte, los críticos deben entretener si pretenden generar beneficios. La gente los lee, o se considera que los lee, por sus hipérbolos y su estilo. Por ello fingen que hay algo que les importa. Pero como si algo les gusta se sienten vulnerables, su actitud por defecto es maliciosa, indiferente, desdeñosa o a veces ofendida. Todas estas emociones se vierten encima de los discos de manera aleatoria, tal vez recurriendo al *I Ching* o tirando los dados.

Se considera también que la crueldad tiene un lado épico, por lo que ocasionalmente el crítico destripará a su sujeto, aunque solo si considera que la banda en cuestión es un caso perdido o un elemento socialmente impotente. En otras palabras, si cree que será incapaz de hacerle algún favor o de responder con violencia contra él en el futuro.

Los músicos de rock tienden a gravitar en masa hacia una serie de patrones estilísticos concretos. Los críticos hacen lo mismo: aunque hay muchos críticos, entre todos adoptan tan solo unas pocas voces. La más frecuente es la denominada «omnisciente», en la que el crítico actúa como si fuera una divinidad que habita en lo alto de una montaña, desde donde goza de una vista privilegiada de todas las manías de la humanidad, incluido el repertorio del «artista» reseñado. Como si de un ser astral se tratara, este crítico adopta un tono de condescendencia infantil. Otra de las voces es la del «memorialista», que brinda cuatro comentarios fortuitos sobre el disco al tiempo que se extiende con gran detalle sobre su experiencia con el tráfico o sobre el *tikka masala* que cenó el otro día. Se supone que este tipo de críticas son frescas y

sin pretensiones. Al contrario de lo que sucede con los melómanos entusiastas que conocen la escena musical, esta clase de elementos serán incapaces de decirte qué tipo de música les gusta y por qué esta en cuestión encaja o no en su ideal: hacerlo implicaría socavar su derecho a la arbitrariedad.

El crítico al servicio del *establishment* también es consciente del papel del dinero. Incluso en el mundillo «independiente», la fama se logra tan solo a través de un tipo de soborno conocido con el nombre de «publicidad». Las empresas de publicidad son como *lobbys* de segunda categoría. Los publicistas son personas con «contactos», generalmente ex empleados de Condé Nast, a los que contratan para que les digan a todos sus amigos que trabajan en periódicos y blogs musicales que escriban artículos positivos sobre la banda que ha abonado sus honorarios. También controlan lo que se escribe sobre un grupo mediante la distribución de lo que se conoce como «ficha», un documento redactado por la discográfica que resume la campaña de promoción del nuevo disco con un listado de «puntos clave». Por eso cuando el disco de una banda «lo peta», todos los artículos que se escriben al respecto se parecen. Así, por ejemplo, todos los medios dijeron que los Strokes les recordaban a los Ramones y a Televisión, aunque no presenten ningún parecido apreciable con esas dos bandas. La extraordinaria sumisión de la prensa a las órdenes de los publicistas demuestra lo poco que les importa a la mayoría de los críticos no ya los artistas sobre los que escriben, sino la música en sí.

Y es comprensible. Porque la música no es para todo el mundo. De hecho, hay mucha gente que no debería escuchar música. Y que conste que no se trata ni de un insulto, ni de una forma de poner en duda su educación o sus capacidades intelectuales. De hecho, por lo general la gente que no debería escuchar música es muy competente en sus trabajos y cuida muy bien de sus animales de compañía. Aun así, no debería aprovecharse de las bandas de música para lanzar su futura carrera periodística, ni tampoco como un método para generar ingresos publicitarios a través de su página web. Escuchar música no hará que estés más en el ajo, ni que seas más interesante, más guay o mejor que los demás. Todas estas ideas elitistas son habituales entre los aficionados y sin lugar a dudas son uno de los factores que llevan a muchos a escuchar música, pero la música debe ser justamente lo que te libere de ese tipo de preocupaciones.

Desgraciadamente, la mayoría de los críticos musicales más influyentes forman parte de ese grupo de personas que nunca deberían escuchar música. Todas estas personas, los perros ladradores que imponen la mediocridad con su vehemencia, sus comentarios desdeñosos y sus supuestos conocimientos exhaustivos, detestan la música, la consideran un enigma insondable, inescrutable. Quieren hablar, perorar sobre, ella, determinar su futuro como el tedioso maestro de escuela que aplasta el alma de los niños porque hace años se la aplastaron también a él.

Esos críticos envidian cualquier forma de sonido organizado, del mismo modo que el topo envidia la visión y el avestruz envidia la capacidad de volar. Pero en lugar

de alejarse, y como les han enseñado que la música es inherente a la sexualidad y al atractivo de la persona, insisten en ofrecernos sus aclaraciones sin sentido y sus panfletos destinados a otros individuos igualmente confundidos, que necesitan que un experto les explique el significado de la música. Y, sin embargo, la música es como la comida, el tacto o la banca moderna: escapa a toda explicación. En ese sentido, «explicación» o «aclaración» son redundancias embarazosas, sin relación alguna con la sensibilidad que nace del sonido en sí.

Es importante identificar la «música destinada a personas que no deberían escuchar música» y clasificarla en un campo diferenciado. Se trata desde luego de una «cosa» distinta y debería ocupar un espacio reservado para algo que presuntamente es música pero que en realidad no lo es, del mismo modo que las noticias televisivas no son noticias y que la comida rápida no es comida. Este nuevo género estaría destinado a personas a las que no les gusta la música, si bien intuyen que de un modo u otro puede ayudarlas a identificarse. Aunque eviten a toda costa a los artistas convencionales, los críticos al servicio del *establishment* reflejan sus mismos valores, su estética productiva y sus temas a la hora de moldear los gustos de su público nutrido de aspirantes a esnobs.

Podríamos considerar que el inmenso poder de los directivos discográficos y de sus siervos en el sector de la crítica a la hora de determinar qué música suena en la radio, de qué música habla la prensa y qué músicos se llevan el dinero y la fama es algo casual, irrelevante y cómico, pero lo cierto es que tiene un efecto perjudicial en la música e incluso en el mismísimo curso de la historia. Esos peseteros dictan los contenidos radiofónicos y deciden qué «artistas» gozarán de relieve «histórico» y de ubicuidad, de modo que a los demás no nos queda otra que vivir en el mundo que han construido. Como arquitectos y promotores urbanísticos del diablo, nos han condenado a habitar un universo convertido en centro comercial. Los árbitros de la crítica han impuesto el tedio auditivo en clubes y ondas hertzianas, y nosotros debemos abrirnos paso entre su basura.

Pero la culpa no la tiene solo este tipo de crítico, que en el fondo es solo una víctima más, otro mezcquino miembro de una sociedad estéticamente tan atrofiada, conformista y conservadora que no es capaz de imaginar nada que vaya más allá del modo de expresión más trillado y unidimensional. Estados Unidos, un país corporativista cuyos órganos de propaganda promueven una ideología individualista al tiempo que erradican todo lo que se sale de la norma, está sucumbiendo a la uniformidad. Uno cruza la frontera que separa un estado de otro y se encuentra con las mismas cadenas de restaurantes que hay en el estado que acaba de abandonar. La programación de todos los canales de televisión y de radio obedece a una agenda nacional. Se juega al hockey sobre hielo en Arizona. Ya casi no quedan tiendas y restaurantes singulares, costumbres locales ni regionalismos. Simplemente no se toleran.

Si uno defiende un modo de producción independiente, lo tachan de estrecho de

miras, de pastoril, de enemigo del progreso, de quijotesco y de triste. Las bandas, la última industria artesanal de Estados Unidos, fueron también el último vestigio de localismo durante las décadas de los ochenta y noventa, cuando las formaciones de rap no solo anunciaban su carácter local, sino que lo encarnaban formalmente (siguiendo con la tradición del *doo-wop* y las bandas femeninas de los estados del Atlántico medio). Pero ese guiño local ha desaparecido y hoy en día las bandas o bien están compuestas por emigrantes de los dos centros mediáticos (LA/NYC), o simplemente se han formado a través de Internet.

Y así es como la crítica al servicio del *establishment*, cuyos miembros han sido elegidos entre la propia ciudadanía estadounidense, se ha convertido en un agente de represión y estandarización. Como tal, es un miembro activo en el estado policial al que representa. El crítico por lo general no cobra por su trabajo y realiza «arrestos ciudadanos» encaminados a corregir o erradicar a los inadaptados estéticos o ideológicos.

Aunque este tipo de críticos/escritores puedan resultar exasperantes para el miembro de una banda, en realidad hay que fomentar su existencia, pues constituyen una parte vital del frágil ecosistema del rock y desempeñan un papel crucial (a la par que molesto) con su persistencia. Si esos críticos, o las condiciones en las que prosperan, desaparecieran, la vida parecería agradable durante un tiempo, pero pronto se produciría una reacción en cadena que podría amenazar los cimientos del mundillo.

Al fin y al cabo el crítico al servicio de la industria actúa como sustituto de una clase dirigente contra la que el rock afirma alzarse. Sus decisiones arbitrarias y su supuesta influencia reflejan y potencian el poder de los adversarios anónimos de la banda, como son la radio, la televisión, el control estatal, la vida nocturna tal como la conocemos, la maquinaria bélica, la programación social, etcétera. Sin esa figura, la banda, marginada ya hasta tal punto que se siente irrelevante en la era electromagnética, perdería a uno de sus principales enemigos, que le da sentido y razón de ser.

19

Comunicarse con elementos externos al grupo

Comunicar tus ideas, ya sean prácticas, políticas o musicales, a los miembros de la banda supondrá todo un reto, y puede ser una experiencia especialmente humillante para quienes no han recibido formación musical. Por lo general, una banda estará formada por personas que dominan la jerga musical y por otras que no. Si bien la solución más evidente sería que los novatos aprendieran el vocabulario básico de

notación, acordes y demás, los ignorantes suelen ser también supersticiosos e incluso llegan a exhibir un orgullo inflamado en relación con su incapacidad para comprender el dialecto elitista de los artistas. Y tienen parte de razón.

Al fin y al cabo, cuanto más sepa uno sobre el oficio, mayor será la tentación de dejarse arrastrar hacia los tópicos de la composición musical popular, con su estructura de verso y estribillo tan satisfactoria y reconfortante. Aunque sobre el papel eso pueda parecer una cosa positiva, en realidad es posible que no lo sea tanto, pues los aficionados a la música suelen conformar un cuerpo pasivo y no necesariamente interesado en las sutilezas creativas o expresivas, pero que en cambio vive enganchado a un sentimiento que se les instiló durante los años de formación, una sensación estimulante que no han vuelto a sentir con la misma intensidad desde que cada día, a las diez, Casey Kasem pusiese las cinco canciones que encabezaban la lista de éxitos.

La simplicidad e ingenuidad de las creaciones de los novatos generan éxitos pop, por oposición a las composiciones propias de los melómanos, atractivas solo para un selecto grupo de seguidores más sofisticados. Se trata de un mercado muy reducido, pero que aún permite forjarse una carrera si uno domina un instrumento lo bastante popular. Así, por ejemplo, existen suficientes guitarristas como para que uno pueda ganarse la vida vendiendo sus composiciones a otros guitarristas. En cambio, a los bajistas, normalmente un grupo más humilde, les cuesta más encontrar un público o «comunidad».

Pero si ya es difícil hablar con los miembros de la propia banda, hacerlo con elementos externos lo es muchísimo más, ya se trate de músicos de otros grupos, directivos de algún tipo, personal de empresas de contratación, propietarios de clubes o, desde luego, los espectadores que acudan a vuestros conciertos. Lo más probable es que esas personas no tengan ni idea de tu «historia». Luego están también los trabajadores de las gasolineras donde repostéis los de la banda, de los restaurantes donde comáis y la policía, que os hostigará por vuestra actitud problemática. De hecho, y por mucho que adoptéis una actitud de engrimiento elitista y de introversión artística, vuestra banda tendrá que comunicarse a menudo con personas externas que no compartirán vuestras opiniones sobre qué es realmente importante, razonable o *cool*.

Por ello, en este capítulo se ofrecen diversos métodos para comunicarse con la plebe. Este es un tema que no suele recibir la atención que merece. Actualmente se habla mucho del «conservacionismo», pero muy poco del «conversacionismo» o «la ciencia de la conversación».

La conversación es sin duda una necesidad urgente en un momento en que la Tierra debe lidiar con sus habitantes más audaces y descontrolados. Actualmente muchas personas han adoptado hábitos «ecológicos» e intentan aplacar la ira que su egoísmo y despilfarro provocan en el planeta a base de ofrendas de residuos cuidadosamente separados.

Mientras tanto, y a raíz de las últimas innovaciones en videojuegos, el advenimiento del *cyberscat*, las nuevas páginas de citas *online*, la promesa de auténticos robots sexuales, el *videoblogging* y el comercio electrónico, la conversación se ha convertido en algo tan escaso como las especies amenazadas sobre las que nos advierten los ecologistas. De hecho, la gente ya no conversa casi nunca y se limita a soltar gruñidos incomprensibles, entregada al abandono sensual o a la emancipación narcótica.

Por supuesto, están los usuarios de teléfonos móviles que vemos por la calle, pero estos no conversan. Lo que hacen se parece mucho más a fumar, como ya hemos comentado en este texto.

En cualquier caso, y aunque de entrada parezca una pose aburrida o un truco para romper el hielo, la verdad es que la conversación será necesaria para el grupo, como lo eran las cafeterías holandesas del siglo XVII. Ciertamente, para superar los desafíos a los que se enfrentará, al grupo no le bastará con conocer los métodos de conversación, sino que tendrá que dominarlos.

A continuación se ofrece una breve guía sobre cómo mantener una discusión o «conversación» para los recién llegados a este arte y para quienes lo tengan un poco oxidado. Estamos convencidos de que si el miembro de la banda sigue fielmente las siguientes directrices, superará con éxito los desafíos propios del discurso conversacional.

De entrada, hablemos un poco de qué es una conversación. Básicamente, la conversación se puede definir como un intercambio entre dos personas utilizando el lenguaje. Por ello, antes de hablar de conversación debemos centrarnos en el lenguaje en sí. ¿Qué es el lenguaje?

I. ¿QUÉ ES EL «LENGUAJE»?

Dicho llanamente, el lenguaje son los sonidos que hacemos al hablar. Como se suele decir, «es inevitable que la gente hable». Efectivamente, el lenguaje, ya sea oral o escrito, es lo que hace que la gente sea «gente». Aunque es posible que otras criaturas dispongan también de lenguaje —la humanidad está radicalmente dividida sobre este asunto—, es la capacidad de los humanos para dar nombre a las cosas lo que nos distingue de las bestias del bosque. Si no dispusiera de esos nombres, la gente viviría en una unidad zen con el universo y toda la materia sería equívoca, meros objetos que llevarse a la boca para comprobar si son comestibles.

Del mismo modo que la identidad de las comunidades se basa en el lenguaje, el conflicto organizado suele basarse también en las palabras que un grupo de personas comparten por oposición a otro grupo.

A menudo se trata de un fenómeno «intralingüístico» (es decir, que se da «dentro de una misma lengua») y que suele provocar que una clase económica aplaste a otra, como por ejemplo cuando el aristócrata inglés que habla con deje pedante subyuga al vándalo que se expresa con la cantinela *cockney*. La música popular suele considerar

esas diferencias irreconciliables (véase «*Yon say tomata, I say tomahto/Lets call the whole thing off*»).

Los conflictos suelen surgir entre hablantes similares de la misma lengua por diferencias dialectales menores. Los serbios y los croatas, por ejemplo, son viejos antagonistas porque los serbios abandonaron la «h» intercalada en algunos nombres.

El nacionalismo y las guerras basadas en la expansión nacional suelen tener su base en el lenguaje. Lo primero que hace una nación imperialista para consolidar su poder sobre las tribus recalcitrantes es erradicar su lengua —caso de los españoles con el catalán y el euskera, de los ingleses con el galés, etcétera—. No es casual que lo primero que hicieran los sionistas al fundar Israel fuera convertir el hebreo, hasta entonces una lengua esotérica hablada solo por los rabinos, en una lengua corriente de uso diario. Sin una lengua oficial definida, un país vive eternamente sumido en una crisis de identidad (basta con fijarse en San Marino, Canadá, Estados Unidos, Paraguay o Licchtenstein).

Una lengua revela las preocupaciones y obsesiones de sus hablantes. Así, por ejemplo, es sabido que los Inuit disponen de trescientas palabras para denominar la nieve pero de una sola para la cocaína, mientras que dicha estadística se invierte en América del Norte. El lenguaje verbal es esencial a la hora de definir quiénes somos.

II. ESTRATEGIAS: QUÉ HACER CUANDO ALGUIEN HABLA CONTIGO

Como ya hemos visto, a veces el lenguaje es algo más que «solo palabras». De hecho, en ocasiones puede ser bastante peligroso. A menudo provoca sentimientos heridos y baños de sangre, como en el caso de los Balcanes. Por ello, es recomendable evitar la conversación. Si eso no es posible, uno debe aprender a superar al oponente de forma eficiente y despiadada. La conversación se puede asemejar a la esgrima, un duelo delicado y sumamente estilizado entre intelectos enfrentados. Es un combate de boxeo entre cerebros en el que el K. O. toma la forma de una respuesta que no admite réplica, lo que en argot callejero suele denominarse un «punto en boca». En este tipo de enfrentamientos el saber es poder, por lo que uno debe invertir las horas que no pase conversando aprendiendo cosas sobre todos los temas posibles.

Si no quiere buscarse problemas, uno debe evitar el contacto visual, que puede considerarse como una invitación a la conversación. Pero a veces, como si de un atraco se tratara, la conversación la iniciará la otra parte sin invitación previa. Generalmente lo hará de forma inocua, refiriéndose al tiempo o a algún acontecimiento reciente relacionado con algún deporte de competición con balón. La humanidad considera que el tiempo y los deportes son dos temas que se encuentran «dentro de los límites» de lo aceptable, pues en principio son apolíticos, aconfesionales, transculturales e impersonales. Sin embargo, su falta de sentido los convierte al mismo tiempo en temas de conversación sospechosos. De hecho, por inocentes y retóricas que parezcan, este tipo de incursiones constituyen casi siempre un caballo de Troya, presentadas como regalo pero que en el fondo ocultan un deseo

de invasión y saqueo. Pero no te asustes: existen formas de protegerse.

Como el saber es poder, es importante familiarizarse con las vicisitudes del equipo local para así poder responder a este tipo de tácticas. Si uno es incapaz de hacerlo, resulta útil recordar que con casi toda seguridad el equipo local 1) se encuentre en proceso de renovación; 2) vaya a sorprender a mucha gente este año; y 3) no reciba el respeto que merece. No lo recibe nunca, ni por parte de la prensa, ni por parte de los árbitros, ¡ni siquiera por parte de la federación, joder! Al pronunciar estas palabras resulta muy útil sacudir pensativamente la cabeza.

Las conversaciones sobre el tiempo suelen reducirse a una retahíla de exclamaciones, gruñidos y soplidos. A veces resulta apropiado hacer un gesto exagerado, o sacar el tema de la alergia al polen, u otras alergias nuevas que hayan salido ese año. También está bien comentar la diferencia entre el calor seco y el húmedo, o las condiciones climatológicas de esa estación en comparación con la anterior. Alternativamente, uno puede murmurar y balbucir incoherencias: el efecto será el mismo.

Si consigues evitar que la conversación abandone los límites del pretexto elegido por el atacante hasta encontrar la forma de huir, habrás «ganado» el enfrentamiento. Esa salida es el equivalente a quemar el caballo de Troya ante la puerta de Troya, entre los gritos agónicos del ejército oculto en su interior, mientras las llamas los consumen en la tumba que ellos mismos han cavado. ¡Chúpate esa, Trasímedes!

III. CONVERSACIÓN Y CONTROL MENTAL

La situación anteriormente descrita ilustra perfectamente de qué modo el intrépido estudioso del conversacionismo puede cerrarle las puertas al insípido amplificador del hablar por hablar. Sin embargo, existen escenarios un poco más complejos. Uno de los peligros, por ejemplo, aparece cuando le piden a uno que haga algo.

Consideremos la siguiente situación: uno está «en medio». Alguien quiere pasar. «Disculpe», dice el transeúnte. A simple vista, la otra persona parece estar pidiéndote perdón por solicitarte que te apartes. ¡Qué satisfacción que te traten con tanto respeto! Mientras aún paladeas esa muestra de servilismo, te dignas a moverte y acceder así a sus deseos. Pero ¡un momento! Bien pensado, y por muchos remilgos con que lo adorne, el transeúnte te acaba de ordenar que te apartes, pues le estás bloqueando el camino. De repente resulta que el camino es suyo. ¿En qué momento sucedió eso? ¿Y qué pasa con tu camino? O, por lo menos, ¿qué ha pasado con *el* camino original?

La duplicidad, dificultad y falsedad contenidas en ese intercambio ejemplifica perfectamente lo que es la conversación. También da una idea de por qué hay tantos monjes, monjas y santos que han renunciado a la conversación y han hecho votos de silencio. Que han dicho «basta». Desgraciadamente, a uno no le queda más remedio que hablar con otros humanos para a) conseguir lo que quiere; b) conseguir cosas que más o menos quiere. Las cosas que uno quiere pueden ser una respuesta a una pregunta importante («¿Dónde puedo conseguir un café?»), la seducción de una

potencial pareja («A mí también me gusta The Cure»), o la soledad («No, gracias, estoy satisfecho con mi iglesia»). Las cosas que uno quiere, o que quiere más o menos, son en esencia todo lo que no resulta directamente dañino y que Heidegger denominó *Stuffenlieber*.

Si lo analizamos de forma franca y sencilla, veremos que la conversación se puede explicar a partir de los mismos términos científicos que utilizan los teóricos del juego al estudiar otros pasatiempos humanos.

De hecho, el «control mental» —disciplina, por cierto, en cuyo estudio y aplicación la CIA gasta miles de millones cada año— casi siempre toma la forma de una simple conversación; eso sí, se trata de una conversación sumamente ensayada con la víctima, que la convierte en una especie de palurdo delante de un trilero. De hecho, y como Estados Unidos tiene un gobierno corporativista, los servicios de inteligencia siguen los dictados de sus cohortes de Madison Avenue, la meca planetaria del control mental. Para comprender cómo funciona el control mental, uno no tiene más que mirar la tele y ver a la mejores mentes de toda una generación hipnotizando a las masas y acorralándolas cínicamente en un «estilo de vida» u otro.

Por ello, al entablar una conversación con una persona cualquiera, conviene estar atento a posibles indicios de manipulación subliminal o sugestiva. Este tipo de control mental es tan omnipresente que la mayor parte de los habitantes de la Tierra lo emplean de forma inconsciente. Los niños, en particular, son de lo más hábiles cuando se trata de aplicar las empalagosas manipulaciones típicas de los timadores de la televisión matutina. Al tratar con los niños, tienes que pensar en una pared de ladrillo. Cada vez que el niño hable, tu mente tenderá a divagar o incluso a entablar relación con él, pero tienes que mantenerte concentrado en la PARED DE LADRILLO. ¿Cómo? ¿Te quieren contar el argumento de una película de Pixar? PARED DE LADRILLO. ¿O sobre su hámster Percival? PARED DE LADRILLO. ¿O tal vez sobre...? PIENSA EN UNA PARED DE LADRILLO. Es tu única esperanza.

Pero es que no son solo los niños, es todo el mundo. Cuando tus amigos o conocidos intenten convencerte de algo o «sugerirte» alguna cosa, es posible que inventen palabras nuevas juntando palabras antiguas porque creen que así te volverás más susceptible a sus deseos. Por ejemplo, si quieren que duermas en su casa es posible que te inviten a hacer «couch surfing». Es una táctica que han aprendido de las empresas farmacéuticas, las mentes viles que crearon el sugerente nombre «Viagra» combinando «virilidad» y «Niágara», y la misma gente que creó el acrónimo «Prilosec» a partir de las sugerentes palabras «píldora-romántica-increíble-libido-orgásmico-sexual-estimulante-coital». ¡Y eso para un medicamento que trata el ardor de estómago, ni más ni menos! Si alguien te invita a hacer *couch surfing*, señala el océano e indícales que cojan su propio sofá y empiecen ellos mismos. Se trata de la única respuesta apropiada para este tipo de palabras de nuevo cuño, combinadas de forma tan insidiosa.

Alternativamente, es posible que la persona en cuestión te invite a «hacerle compañía durante la noche», consciente de que esta formulación generará en ti una cierta preocupación por su bienestar. Aunque pueda parecer una petición razonable, habrá que responder que: «¡No, no, no y mil veces NO!». Un amigo de verdad nunca intentaría manipularte de esta forma.

IV. EL RINCÓN DEL EXPERTO

El siguiente paso a la hora de prepararse para mantener conversaciones es prestar atención a los «expertos». Aunque el objetivo del lenguaje es comunicar y expresar ideas, a veces este socava intencionadamente su función primaria para transmitir poder. Uno de los modos principales de control social a lo largo de la historia se ha basado en esa desviación intencionada en la función del lenguaje.

Esto puede manifestarse en las maquinaciones claramente opresoras de la iglesia y el estado, pero también en mecanismos sociales cotidianos e inconscientes, que pueden ser deliberados o no, pero que cosifican las relaciones de poder basadas en principios de raza, género y clase.

Los casos más patentes y atroces en este sentido serían el control de masas mediante la adopción de una lengua clerical o sagrada desconocida por los legos (como con el latín en la Europa cristiana), la destrucción de lenguas por parte de los poderes coloniales (la lista sería interminable), la imposición de una lengua extranjera como idioma oficial en pueblos colonizados (como en América y en África), y el favorecimiento de una lengua tribal por encima de otra (técnica imperialista conocida como «divide y vencerás»).

Si el uso por parte de la iglesia de una lengua esotérica «muerta» fue clave a la hora de mantener a sus fieles desconcertados y de conservar un aura de omnisciencia que le permitió justificar privilegios y riquezas, la destrucción de lenguas constituye una especie de genocidio en el que se aniquila una cultura para lograr un control material y psicológico absoluto.

Sin embargo, nuestro objetivo aquí no es hablar de los usos del lenguaje. En lugar de eso, nos centraremos en como el uso corriente del lenguaje en la vida moderna refuerza relaciones de poder invisibles y no reconocidas, que son la base de lo que llamamos «sociedad».

La parte más evidente de ese uso, naturalmente, son la terminología y la nomenclatura especializadas. Estas resultan claramente visibles sobre todo en los campos legal, médico y académico, pero existen en casi todos los ámbitos profesionales. Si bien el lenguaje especializado de cada profesión es necesario en gran medida para discutir con precisión los asuntos concretos a los que esta se dedica, también sirve para confundir y ofuscar al no iniciado, y para trazar una demarcación entre un grupo (la «élite») y el *outsider*; considerado ignorante o «vulgar».

Tratar con un experto es posiblemente una de las tareas más difíciles a las que se enfrenta el conversador. Los expertos resultan aún más difíciles que los niños, y para

conversar con ellos son necesarias la disciplina y seriedad del samurái, la astucia del *ninja*, la abnegación del monje y la actitud temeraria del *rōnin* renegado.

Al lidiar con un supuesto «experto» se pueden emplear dos tácticas, por separado o simultáneamente. En primer lugar es importante recordar que los conocimientos del experto son su coraza. Y al enfrentarse a un oponente armado, uno no ataca directamente su baluarte, ¿verdad? Los planificadores alemanes ni siquiera se plantearon que pudiera existir una Línea Maginot, por lo que creyeron que lograrían cruzar la tierna Bélgica sin mayores problemas. Del mismo modo, si un temible tanque «Tiger» se abalanzara contra tu helada trinchera, no gastarías una granada lanzándola contra su impenetrable parte frontal, blindada con placas de acero entrelazadas de 150 milímetros de grosor. No, apuntarías a la vulnerable parte inferior del acorazado.

La vulnerable parte inferior del experto está formada por aspectos no profesionales: sus gustos estéticos, cinematográficos y musicales, su aspecto personal, su higiene y sus opiniones sobre asuntos ajenos a su especialidad. Lo más probable es que el experto tenga estos ámbitos de su vida atrofiados o cuando menos desatendidos a causa de la elevada posición que ocupa en la sociedad. Los expertos están acostumbrados al servilismo por parte de la plebe o la población civil, y por lo tanto no están acostumbrados a enfrentarse a desafíos ajenos a su ámbito académico. Es posible que dentro de la academia se produzcan batallas teóricas aquí y allá, pero estas se resuelven de manera formal, algo que no hace más que reforzar la elevada opinión que los expertos tienen de sí mismos.

Por ello, uno debe arrastrar al experto al campo de batalla que haya elegido y, una vez allí, confundirlo mientras aún se encuentra desarmado e indefenso. Tú eres Toro Sentado y él es el general Custer. Si el experto es una persona del ámbito artístico o musical, por ejemplo, capaz de perorar con total confianza sobre cualquier tendencia estética, empújalo al abismo de la naturaleza, cuya intemporalidad refuta todas esas consideraciones efímeras. Si es un médico, llévalo a un lugar donde no disponga de papeles donde escribir displicente una de esas recetas de insidiosa panacea química. Si es un especialista en derechos de autor, llévalo a Cuba o a Corea del Norte, donde ese tipo de leyes brillan por su ausencia. Si lo traumatizas de esta forma, es posible que al principio el experto reaccione con rabia, pero pronto sucumbirá a un silencio aturdido. Y te odiará, sí, pero el odio supone una muestra de respeto y es ciertamente preferible a la indiferencia y el desdén con los que te trataba hasta hace nada.

La otra técnica consiste en convertirte también en un experto y luchar contra tu némesis a nivel profesional. En ese caso seréis dos especialistas que se enfrentan en buena lid, como dos caballeros en una justa. Al mismo tiempo, eso te permitirá tratar de manera condescendiente al resto de la población, a cuyos miembros, desde tu atalaya de experto, considerarás poco más que insectos y larvas.

V. CONVERSACIONES EN UNA FIESTA

¿Y qué sucede con las conversaciones informales como las que se dan en una fiesta? Tras la desagradable experiencia con el experto, una fiesta puede parecer un lugar relajado, donde todas las personas son iguales y casi no hay nada en juego. Pero ¡cuidado! Aunque la terminología de los expertos no tiene cabida en una fiesta, las personas a las que conozcas intentarán medirse contigo, intimidarte, dominarte y humillarte verbalmente.

De hecho, las fiestas están llenas de cazatalentos con ínfulas, ex estrellas de fútbol amargadas, astrólogos californianos fracasados, asistentes de abogado infantilizados y apóstoles de la comida sana de todos los colores y sabores imaginables. Todos ellos intentarán desnudarte y violarte de las formas más agotadoras, pornográficas y embrutecedoras que se les ocurran ese día. Así pues, y como siempre, mantente alerta a las conversaciones también en una fiesta. He aquí una serie de cosas que debes recordar:

A) En una fiesta, una de las maneras de manifestar el poder a través del lenguaje consiste en la elección de un registro correcto, o de uno coloquial, o de un acento en lugar de otro. El acento o los modismos de una persona suelen revelar su educación y todas las especificidades de clase que esta implica. Vivimos en una cultura que nos enseña a venerar la riqueza y el estatus, de modo que estos indicadores pueden tener un gran peso a la hora de determinar la relación de poder entre dos personas.

Pero a veces esas relaciones se pueden invertir, por ejemplo con el uso de palabras coloquiales; la vulgaridad del lenguaje callejero puede ser un indicador de autenticidad, por eso hay personas de clase alta que lo admiran y lo imitan. En conversaciones ajenas a la burocracia —en el colegio, en la cárcel o, sí, en una fiesta—, la dinámica de poder que se deriva del lenguaje puede revertirse y quedar patas arriba.

Para ir sobre seguro, finge un acento distinto al tuyo y confunde al personal. O mezcla dos o tres acentos, como el persa, el chino y el de las regiones costeñas de Virginia. Si confundes a la gente, impedirás que te suelten sus rollos.

B) El tono es otro de los indicadores más poderosos del lenguaje. Se supone que hombres y mujeres deben hablar entre sí en un tono determinado, que insinúe sumisión o dominación. Los policías, por ejemplo, hablan con un tono de estudiada condescendencia, y si uno quiere salir bien parado de un encuentro con un agente debe adoptar un tono deferente y de respeto exagerado.

Intenta hablar con todo el mundo utilizando el extraño dialecto de los agentes de policía, a ver si consigues el mismo resultado. Di, por ejemplo, «inmediaciones» en lugar de «zona», «individuo» en lugar de «persona», «vehículo» en lugar de «coche», etcétera.

C) Otra forma de expresar las relaciones de poder es mediante el sonido y el volumen. El ejemplo más notorio es el de los *disc-jockeys* y las bandas de rock

que tocan su «música» a un volumen tan alto que la conversación o cualquier otro tipo de comunicación entre los espectadores o las personas que comparten espacio con ellos resulta directamente imposible. El elitismo, en su caso, se manifiesta en su simple presencia en el escenario, lo que implica una relación con los jefes o propietarios del local que les hace sentirse importantes.

D) La identidad que uno adopta para su banda, con un nombre que recuerda el de una organización oficial (como por ejemplo una empresa), es otra forma de conseguir que los *outsiders* se sientan excluidos. La iluminación, la maestría musical y el vestuario elegido por los músicos se sumarán también a este desafortunado paradigma de la opresión. Si bien existen otros roles de poder socialmente reconocidos a través de la riqueza, los títulos y la deferencia, la banda de rock no tiene ninguna forma oficial de imponer su poder. Sencillamente lo ejerce. Los demás pueden reconocerlo o no.

20

La presentación y la importancia menguante del grupo

El rock —y, más aún, la música punk y *underground*— ha sido considerado, durante los últimos cuarenta años, una disciplina cargada de significado. Durante este período, la gente joven pasaba horas y horas estudiando las carátulas de los discos (los comentarios, fotografías y letras que incluían) en lugar de hacer los deberes.

Estos accesorios, que no eran intrínsecos al sonido sino un envoltorio para atraer a los futuros compradores, servían para explicar la estética del grupo y sus «movimientos» subsidiarios no solo a los carcas y a los no iniciados, sino también a las personas del mundillo. Se trataba de un gesto de correspondencia. Como consecuencia no voluntaria de esta presentación comercial, surgió un movimiento subcultural alrededor de las bandas y los estilos musicales, hasta que el complejo militar-industrial inventó Internet para destruir este fenómeno.

Ahora que la música de las bandas se transporta de un lado a otro en forma de unos archivos digitales llamados MP3, las bandas se han visto desprovistas de su envoltorio e identidad, y han quedado reducidas a un puñado de gritos que emanan de un iPod. Ha disminuido su significado, no porque las bandas no tengan nada que decir, sino porque les han arrebatado el espectáculo y el vestuario. Se trata claramente de una conspiración de la élite fascista para cargarse una de las últimas formas de expresión toleradas en Estados Unidos.

Pero la excitación que rodeaba a los discos no se debía solo a sus carátulas. En un vinilo, por ejemplo, los surcos se van reduciendo a medida que el disco progresa. El

registro de la frecuencia cambia y la cantidad de información se comprime, con una frecuencia de bajos disponible menor. Por ese motivo, al final de un disco el sonido es más estridente, más confuso, más «excitante» para el oyente, un factor que mejora la audición de una forma que el oído medio no detecta. Eso permite crear un *crescendo* al final de la canción, junto al dramático estruendo de platillos, mientras la estructura de la canción se va descomponiendo y entra en un mantra repetitivo, la coda, ad náuseam.

21

Declaración final del departamento de trabajadores posfísicos del rock

A pesar de su entusiasmo por ser útil, la coalición de estrellas de rock muertas había empezado a divagar y a perder interés. Sin embargo, y a modo de colofón, nos dejaron una advertencia...

Sobre el abuso de la música

La música en la modernidad ha sido no solo un instrumento de placer, sino también una herramienta para lograr una mayor justicia social (véase «Man in the Mirror» de Michael Jackson, o «This Land Is Your Land», de Woody Guthrie).

Debido a este rol cultural dual y global, y también porque la tecnología permite hoy un transporte mucho más rápido y sencillo, la música es verdaderamente omnipresente, algo que nunca había logrado ser.

Si el mundo actual se caracteriza por algo es por la música: música que sale de los coches y resuena en los auriculares, música en los centros comerciales, en los parques públicos y en la televisión, música por todas partes. Pero, ¿es eso positivo?

Recientemente, ciertas facciones pequeñas, impopulares y controvertidas adujeron que a lo mejor es necesario reconsiderar o incluso anular el estatus paradigmático de la música. ¿Las razones?

1. Es mala para la gente

¿Es mala la música para la gente?

Se trata de una pregunta cada vez más habitual.

Echémosle un vistazo a las pruebas: Elvis murió antes de tiempo. Marc Bolan también. Y lo mismo se puede decir de Sid Vicious, John Coltrane, Bob Marley e incluso Mozart.

Teniendo en cuenta la cantidad de músicos que mueren prematuramente, se plantea aún otra pregunta: «Si la música, como el tabaco, es mala para la salud, ¿no

debería estar prohibida en los lugares públicos?».

Esta idea y el subsiguiente argumento contra la proliferación de la música resultan bastante convincentes. La música tiene un efecto embriagador en las personas. ¿Existe alguna sustancia embriagadora de la que no se haya demostrado que tiene consecuencias adversas? A pesar de los alicientes amorosos de la metanfetamina, por ejemplo, esta provoca mal aliento y ojeras. Se considera que la cocaína proporciona un colocón formidable, pero también se traduce en tediosos monólogos y decisiones erróneas. La marihuana ha recibido los elogios ni más ni menos que del gurú del sexo en albornoz, Hugh Hefner, pero termina causando mal humor, paranoia y olor corporal.

Mientras tanto, la música parece provocar la MUERTE. Y no la muerte exuberante y orgásmica de una sobredosis de morfina, sino una horrible, como ahogado en una piscina, o asfixiado en tu propio vómito, o cianótico perdido mientras te retuerces sobre la cama o el váter de un motel de mala muerte.

A lo mejor, el efecto que la música tiene sobre la gente no es ni emocional ni estético, como se asume generalmente, sino que es una reacción fisiológica provocada por el choque de las vibraciones sonoras con el cuerpo y los oídos. A lo mejor los decibelios y la música machacona, especialmente si se reproduce a un volumen extremo y de forma regular, tienen un efecto tóxico. Tal vez la música es nociva para el hígado, el cerebro, los riñones o el corazón... ¡o todos ellos a la vez!

Es cierto que la amplificación instrumental, en especial en los estadios, no es «natural». No hay ningún fenómeno natural, excepto una erupción volcánica o un terremoto (o tal vez un huracán), tan ruidoso como una banda de rock o los altavoces de una discoteca. Y no se puede considerar que ninguno de esos lugares «naturales» reúna las condiciones ideales para la vida humana.

Naturalmente, existe también el tan cacareado tema del estilo de vida del músico: que la música no es tan dañina como las circunstancias del negocio en sí. Y es cierto que la industria de la música es una rama menor de la industria del alcohol: gran parte de su mano de obra trabaja de noche tocando en bares y clubes nocturnos llenos de espuma, rodeada de gente rara y de sinvergüenzas. Todo eso, aseguran los apologistas de la industria musical, conduce al alcoholismo, al consumo de drogas, a salir de fiesta, a apuñalar a tu pareja, al suicidio, etcétera. Según esa gente, los culpables de la asombrosa mortalidad entre los músicos serían estos factores, y no el ruido ni la música.

Estamos de acuerdo en que es así, pero ¿de verdad creemos que los músicos salen más de fiesta que los obreros fabriles? ¿O que los taxistas, los deportistas profesionales, los miembros de las fuerzas armadas, los actores, los traficantes de drogas o el presidente de Estados Unidos? Además, y aunque las muertes de músicos sean tan habituales que las noticias de este tipo provoquen ya bostezos, también hay otras personas «normales» que salen constantemente de fiesta y que no caen redondos día sí, día también. De hecho, el último presidente estadounidense que murió antes de

los sesenta y cuatro años fue John F. Kennedy y desde luego recibió bastante ayuda.

También disponemos de muchas pruebas que sugieren que los directores generales salen tanto de fiesta que lograrían que alguien tan degenerado como Dee Dee Ramone se ruborizara cual *amateur*. De hecho, la agenda social del presidente medio y sus veladas en el Bohemian Club eclipsarían los exhaustivos cuarenta años de gira de los Grateful Dead. Y, sin embargo, Pig Pen y Jerry Garcia crían malvas bajo tierra, mientras que Clinton y Bush padre se pasean por los burdeles más exclusivos del mundo, animando a los habituales a abrazar la globalización con presentaciones en PowerPoint.

Otros fiesteros prominentes como William S. Burroughs y Boris Yeltsin vivieron hasta una edad venerable, a diferencia de Mama Cass o Skip Spence, lo que demuestra de forma concluyente que la música es más peligrosa para la salud que el alcohol o las drogas.

2. En el fondo, a la gente no le gusta

Para la gente involucrada en el mundo de la música, y en especial para los *disc-jockeys*, cada vez es más evidente que, contrariamente a lo que se da por sentado, la música no es para todo el mundo. De hecho, se trata de un nicho más parecido a la costura o a hacer volar cometas que a la comida o al sexo. En los últimos cincuenta años, y en el Primer Mundo, la población se ha convencido de que la música es un elemento fundamental para la identidad personal y una característica necesaria de todas las interacciones y actividades humanas. La gente crece convencida de que tiene que disfrutar de la música y de que si no tiene opiniones firmes sobre qué le gusta, por qué y qué significa, es que le falla algo. Como la espiritualidad en las sociedades religiosas, el gusto por la música es una obligación que no permite desviaciones, pues a los desviados se los desprecia como si fueran parias.

Naturalmente, y por lo general, las personas a las que no les importa la música no piensan en sí mismos en esos términos. Desde luego, les gusta oír «Brown-Eyed Girl» o cualquier canción de Lil Wayne que hayan tenido metida en la cabeza durante los últimos seis meses, pero eso no revela un gusto latente por la música, sino un simple deseo de familiaridad. Esperar que el *Dj* de la discoteca ponga 50 Cent significa solo que uno se siente inquieto o incómodo, que necesita algo que lo tranquilice y lo convenza de que todo saldrá bien. No tiene nada que ver con apreciar la música.

La fórmula que ha creado un apetito desmedido por la comida de McDonald's es también la de los «hits» cosechados por cierto tipo de artistas. En el caso de la música, hay que adaptar el mantra de Ray Kroc sobre la «ubicación», y hablar de ancho de banda y repetición: si algo se repite las veces suficientes, terminará convirtiéndose en un «hit». Crear una sensación de familiaridad y seguridad es, sin duda, la clave para que una canción triunfe.

La música es, en gran medida, un hobby con el que sus practicantes no obtienen

casi nunca un éxito que la sociedad respete —riqueza, números y posición en las listas de ventas—. Y que conste que eso no significa que no valga la pena hacer música, sobre todo si uno se plantea objetivos realistas.

Mientras tanto, los pobres desventurados a quienes la música se la trae floja son una sufrida y silenciosa mayoría que tienen que soportar anuncios en su iPod, conciertos de rock, las conversaciones de sus amigos sobre los Beatles y la cháchara incesante de radios y altavoces, que insinúa que si no les gusta la música es porque tienen un problema. Como los comunistas que se infiltraron de forma clandestina en la Alemania nazi, no pueden revelar su identidad, y asienten y sonríen con secreto resentimiento ante los rollos engreídos y autocomplacientes de los amantes de la música.

3. Requiere mucho tiempo

A diferencia del resto de las formas artísticas, excepto el cine, la música es un medio basado en el tiempo. Por ello, para disfrutar, consumir o apreciar la música, uno debe invertir una cantidad de tiempo considerable escuchándola. ¿Y quién dispone de ese tiempo? Que ya no somos niños...

Hay lenguas que aprender, puentes que construir, arcanos perdidos que descubrir, fábricas que ocupar y hebras de ADN que estudiar.

4. Es desagradable para los animales

¿De verdad creemos que pájaros, mamíferos, insectos y microorganismos quieren volver a oír «Young Girl Get Out of My Mind»? Lo mínimo que podemos hacer por estas criaturas (con las que compartimos el planeta) es bajar el volumen.

5. Se abusa de ella

La música, esclava de las fuerzas del mal, es víctima de explotación, maltratos, insultos y abusos en serie. En su día, la música fue una forma de comunicación entre humanos: era obra de un humano y se proyectaba como una forma de hablar y entretener a otros humanos (o, en el caso de Fred Neil, a delfines).

Sin embargo, después de la Revolución Industrial y desde el momento en que la música se comprimió a un formato denominado «disco», los humanos perdieron la capacidad de controlarla. El disco hizo realidad la increíble profecía de nuestra esclavización absoluta a manos de los robots.

Cuando uno escucha los gritos de James Brown en un disco, lo que oye no es un alegre recordatorio de la genialidad escénica y emocional del artista, sino el fantasma de un músico prisionero de la tecnología, un hombre condenado a no descansar nunca y cuyo arte es utilizado día y noche, simultáneamente y en múltiples lugares, para reducir al personal a la sumisión total.

Por mucho que te alejes de la «acción» bailando el twist, el *hully-gully* o el *mashed potato*, es imposible evitar el ignorante ritmo del rock. Si uno logra escapar de su insidioso lazo, será sin duda para caer en otra zona de la muerte musical y

seguir sufriendo su cínica cacofonía mecanizada.

Todas las canciones medianamente buenas surgieron de la alegría. Y, sin embargo, dicha alegría se ha revertido por obra de la magia negra más despreciable. La música se utiliza para calmar a los clientes potenciales en tiendas y supermercados, y para hipnotizar a los espectadores de anuncios y espacios televisivos diseñados exclusivamente para exhibir esos anuncios. Se utiliza como ruido blanco en ascensores, fiestas, salas de espera e incluso en las gasolineras, para animar a los clientes que están repostando. Si los cristianos odiaban la música e intentaron prohibirla, la sociedad actual la impone, como impone la perversión sexual y la imbecilidad.

A lo mejor los Weirdos, la banda de punk de Los Ángeles, tenían razón cuando nos animaban a «DESTRUIR TODA LA MÚSICA».

22

Conclusión

Antes de fundar un grupo conviene pensárselo dos veces. Por atractivo que pueda parecerles a sus aspirantes a miembros, es importante recordarles que, una vez se hayan unido, la banda los perseguirá para siempre. No complacerá a todo el mundo todo el tiempo, ni tampoco a algunos todo el tiempo, y entre esos hay que contar a familiares, amigos y compañeros de trabajo. De hecho, provocará frustración, irritación y exasperación en todo aquel que se involucre emocionalmente en el proyecto.



Si te haces abogado, erudito, mecánico, mecanógrafo, científico, asistente de producción o lo que sea, el mundo te elogiará por ello. Cada día a la hora de comer, o estando de vacaciones, o en alguna fiesta, los demás aplaudirán y apoyarán tu decisión. Y tú sabrás lo que se espera de ti. Aunque tu trabajo sea difícil —si eres neuroquímico, mercenario internacional o diseñador de cohetes espaciales, por ejemplo—, tendrás unas responsabilidades evidentes y unos objetivos claros. Si los logras, te recompensarán con un ascenso. Si fracasas, es posible que te despidan o te degraden, pero en cualquier caso, y a menos que tu jefe sea un demente, tu trabajo obedecerá a unos parámetros tangibles.

La banda, en cambio, es otra historia. Nunca sabrás exactamente qué tienes que hacer y hagas lo que hagas, nunca será suficiente. Lo habitual es que la banda moderna se grave y se promocione a sí misma, y que se encargue de su propio transporte, del diseño de sus discos y del *marketing*. Pero es que eso no es todo. También hay que idear un plan estratégico y conceptual, y más tarde hacer realidad

una versión u otra del proyecto.

Se trata, en definitiva, de una gran responsabilidad que hará patente tu capacidad de mover montañas, alterar el curso de ríos y arroyos, y transformar conciencias. Sin embargo, con independencia de los logros que consigas, lo más probable es que nunca veas dividendos. Aun en caso de que logres el éxito, la minúscula fracción de la población que se haya percatado de ello pensará: «Vale, y ahora ¿qué?».

Mientras tanto, a pesar del manto de responsabilidad con el que cargará la banda y por muchos éxitos que coseche, cuando anuncies que tocas en una banda, el resto de invitados a la cena seguirán carraspeando, enarcando las cejas, tosiendo y agitándose nerviosos en sus sillas.

En parte, desde luego, se trata de una cuestión de referentes. Aunque al decir «banda» tú imagines una de las sublimes creaciones de Jack Good, a los demás les vendrá a la mente una imagen distinta. Puede tratarse de un grotesco grupo de greñudos, del execrable exnovio de una estrella de cine igualmente fatua, de algún bromista famoso, o de algún personaje detestable que participó en un concurso musical. Te verán como a un payaso, un imbécil y un perdedor. De hecho, harías mucho mejor anunciando que te has hecho poeta, drogadicto o artista de vanguardia.

Así, si te presentaras como, pongamos por caso, abogado defensor del general Pinochet, o fabricante de armas bacteriológicas, o miembro de algún *lobby* de Monsanto, todos te darían una calurosa bienvenida como socio y escucharían con atención y respeto tu opinión sobre el último artículo del *New Yorker*. Te considerarían una compañía tan encantadora que volverían a invitarte y los invitados solteros te echarían el ojo como posible material carnal o matrimonial, o por lo menos como objeto de sus fantasías.

Si tocas en una banda, en cambio, no te corresponde nada de eso. De hecho, te espera todo lo contrario. Tras una ronda de apretones de manos y una presentación condescendiente, te verás relegado a la mesa de los niños (eso si es que te dan de comer), humillado, rebajado e ignorado hasta que decidas retirarte, enfurruñado, a un rincón. Y eso es así porque, aunque se haya convertido en el juguete de los vástagos escandalosamente ricos de la burguesía, la banda sigue sin ser un pasatiempo burgués. Al contrario, se considera una empresa marginal, ridícula, estafalaria e incluso patética.

No hay adonde escapar, pues los seguidores comparten también el desdén de los carcas. No solo te despreciará la sociedad respetable, sino también los entusiastas de los discos, que juzgarán que cada uno de tus trabajos es peor que el anterior, al tiempo que se mofan de tus pintas, capacidades, elecciones personales, etcétera. Publicarán sus decretos desfavorables «online», en una especie de estocada anónima y cobarde. Aunque los carcas te rechacen, lo peor es que tus propios seguidores te cogerán manía y te odiarán.



Los fans del rock, que sienten celos ante el hipotético poder y la popularidad de las bandas, expresan su ambivalencia apartándose del que se supone que debería ser el foco de atención de su «comunidad».

Y está bien que así sea, porque una banda de rock no debe ser algo respetable, ni burgués, ni prestigioso. Si pretende conservar un mínimo de poder o de capacidad de amenaza, su estatus debe oscilar entre los del vagabundo, el profeta maldito, el golfo de la calle y la prostituta.

Claro que todo eso no significa que intentar fundar una banda de rock sea una mala idea. Considéralo tan solo una advertencia de nuestra parte, el departamento de trabajadores posfísicos del rock.

Epílogo

Tras expresar sus palabras finales, los espíritus se desvanecieron. Nos sentíamos bastante honrados por haber recibido audiencia ante un grupo tan venerable, y nos habría gustado darles las gracias individualmente, pero no estábamos muy seguros de quién había dicho qué. Tampoco parecía que les importara demasiado colgarse ninguna medalla, sino que se conformaban con advertir a los futuros roqueros de los escollos estratégicos y psíquicos con los que se iban a encontrar en sus aventuras. También parecían preocupados por que la vocación roquera no se convirtiera simplemente en una actividad semejante a una danza popular, un concurso televisivo o algún deporte horrible de señoritos como la vela o el polo. Parecían comprometidos (por lo menos hasta donde pueden comprometerse los muertos) con esa idea de la banda como algo provocativo, excitante, transformador e incluso revolucionario.

Nos apresuramos a transcribir sus ideas y a compartirlas contigo, el lector. Esperamos que te resulten tan útiles como nos parecen a nosotros.



IAN SVENONIUS pegó su primer chillido en una sala de partos en el Estados Unidos de 1968. Abrazó la autonomía cuando le cortaron el cordón umbilical en un ambiente de protestas, marchas por los derechos civiles y soflamas contraculturales. Desde ese instante no abandonó ni los gritos ni la independencia. Creció, además, justo delante de una iglesia donde se cantaba góspel, así que era inevitable que se convirtiera en la bestia escénica y el animal fuertemente ideologizado que ha sido siempre. Los iconos se fabrican con esos mimbres, más aún si pasan su adolescencia en un Washington D. C. incendiado secretamente por un fuerte circuito de punk-rock y hardcore que tenía como bandera el compromiso insobornable y la autogestión más brillante. Salvaje en el escenario, pero lúcido y riguroso en sus teorías, siempre entendió la banda de rock and roll como comando vanguardista pero popular. Una idea que ha sido el motor de estilos inventados como el góspel yeah-yeah y de bandas como Nation of Ullysses, The Make-Up o Chain and The Gang, en las que la estética es un modo de posicionarse éticamente con la intención de desmarcarse de los peores clichés de la industria musical. Llevó esa retórica marxista y antiautoritaria incluso al terreno de las entrevistas con Soft Focus, el programa de entrevistas de culto que presentó en VBS.tv. Figura crucial de la música a la contra, personaje en la más amplia acepción del término, Svenonius es la estrella del pop que viaja en metro y que toca en centros cívicos, aunque tiene una extensa red de acólitos y feligreses de sus ideas. Es, en definitiva, una especie de timonel del underground en todo el Planeta Tierra. Un reverendo de las ideas más puras. Todo eso está en ensayos satíricos, profundos pero tronchantes como *The Psychic Soviet*, el Librito Rosa de la

música pop a imagen del Libro Rojo de Mao, o en *Estrategias sobrenaturales para montar un grupo de rock*. Ian Svenonius empezó protestando en 1968 y lo sigue haciendo en 2014, porque las cosas no han cambiado tanto.

Notas

[*] Para ver diversas alternativas de traducción del término, recomendamos visitar la entrada correspondiente al poema «Jabberwocky» de Lewis Carroll de la Wikipedia en castellano. (*N. del t.*) <<