

ROCK MARKETING

Pablo Adán Micó



scilibro
servicio comercial del libro

ROCK MARKETING. Una historia del rock diferente
Pablo Adán Micó

ISBN: 978-84-941801-7-0

EAN: 9788494180170

IBIC: AVGP; KNTF; KJS

Copyright © 2014 SCLibro

© SCLibro es un sello y marca comercial registrado por
Grupo Ramírez Cogollor, S.L. (Grupo RC)

ROCK MARKETING. Una historia del rock diferente

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de este libro incluida la cubierta puede ser reproducida, su contenido está protegido por la Ley vigente que establece penas de prisión y/o multas a quienes intencionadamente reprodujeran o plagiaran, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución en cualquier tipo de soporte existente o de próxima invención, sin autorización previa y por escrito de los titulares de los derechos del copyright. La infracción de los derechos citados puede constituir delito contra la propiedad intelectual. (Art. 270 y siguientes del Código Penal). Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra a través de la web www.conlicencia.com; o por teléfono a: 91 702 19 70 / 93 272 04 47)

Servicio Comercial del Libro, el Autor, y cualquier persona o empresa participante en la redacción, edición o producción de este libro, en ningún caso serán responsables de los resultados del uso de su contenido, ni de cualquier violación de patentes o derechos de terceras partes. El objetivo de la obra es proporcionar al lector conocimientos precisos y acreditados sobre el tema tratado pero su venta no supone ninguna forma de asistencia legal, administrativa ni de ningún otro tipo, si se precisase ayuda adicional o experta deberán buscarse los servicios de profesionales competentes. Productos y marcas citados en su contenido estén o no registrados, pertenecen a sus respectivos propietarios.

SCLibro

Calle Mar Mediterráneo, 2. Nave 6
28830 SAN FERNANDO DE HENARES, Madrid

Teléfono: +34 91 677 57 22

Fax: +34 91 677 57 22

Correo electrónico: info@sclibro.es

Internet: www.sclibro.es

Diseño de cubierta: Manuel Dombidau | www.dombidau.com

Imagen de cubierta: Depositphotos

Diseño de colección y pre-impresión: Grupo RC

Impresión y encuadernación: Estugraf, S.L.

Depósito Legal: M-29209-2014

Impreso en España

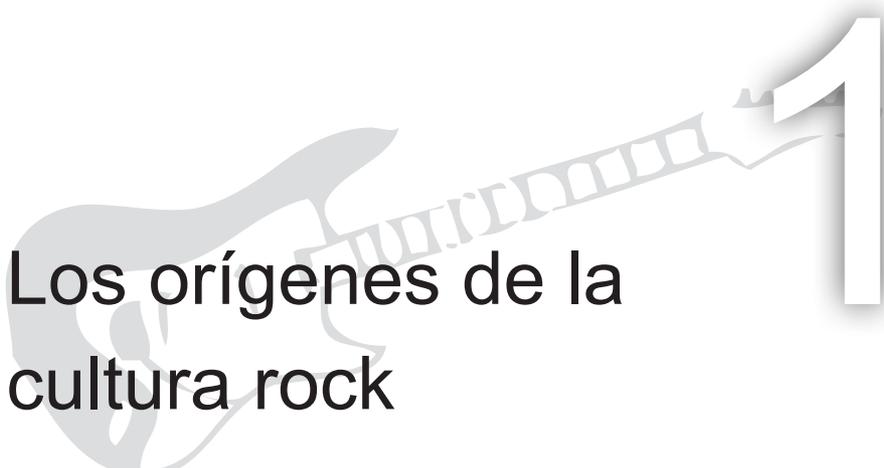


Índice

Introducción.....	IX
Desde el rock.....	XIII
Desde el marketing.....	XV
Primeros acordes.....	XIX
Los orígenes de la cultura rock.....	1
La música negra.....	1
Musica blanca.....	3
Que comience el baile.....	6
El motín de Hollister 47.....	6
Qué se fue y qué llegó con James Dean.....	8
Entorno social y cultural del nacimiento del marketing.....	9
El cruce de caminos.....	13
A orillas del río Mersey.....	17
Rock es cultura.....	18
Quién cambió a quién.....	19
Entorno social y público destino.....	23
Ganando adeptos.....	23
Modas e influencias.....	24
Sonido Motown.....	28
Factoría Warhol.....	29
El punk lo cambió todo.....	31

La nueva ola	34
Subculturas	35
Cuando el rock traspasa sus límites	51
Las frustraciones	51
Paz, amor y música	53
Rock, política y crítica social: el embrollo americano	60
Crítica social a la inglesa	72
El contexto español	82
Rock en Latinoamérica (con la colaboración de Roberto Arancibia)	86
Rock y guerra psicológica	89
Rock y religión	91
Competencia total	103
Comienza la saturación	103
La producción discográfica	104
Almacenamiento a granel	105
Duelo de bandas	106
Copias made in USA	107
Malditos plagios	111
Liderazgo rock y trabajo en equipo	115
El nacimiento de una banda de rock	115
Liderazgo y marcas personales	116
Ciclo de vida	117
Personalidad y coherencia	124
Los derechos de autor	129
Rock, estrategia y objetivos	131
Estrategias de marketing en la música	131
Destino: la fama	132
Adaptarse y sobrevivir	141
Fecha de caducidad: el club de los 27	143
Apertura a nuevos mercados	147

Un producto llamado rock	151
Música y estados de ánimo	151
La creatividad	154
Versos para la eternidad: las mejores letras del rock.....	155
Grandes guitarristas, acordes inolvidables.....	160
Los mejores bajistas del rock.....	162
A ritmo de tambores: los mejores bateristas del rock.....	165
Gestos marca de la casa	166
 Precio y promoción.....	 171
El valor de la música	171
Las grandes promociones: comprar por castigo.....	177
Marcas y diseño	181
Marcas comerciales y rock. El esponsoring	194
Las grandes multinacionales	196
 Rock en otros entornos.....	 201
Rock y literatura	201
Rock y cine	211
Rock y fútbol.....	233
 Rock y leyendas negras.....	 255
Rock y satanismo.....	255
Polémicas en torno a Jagger	270
La ambigüedad sexual	272
Cenizas en Cap Rock	276
 A modo de conclusión	 279
 200 canciones para comprender la evolución de la música rock.....	 281
 Referencias.....	 289



Los orígenes de la cultura rock

1. La música negra

El origen de la música rock hay que encontrarlo en un cruce de caminos, un enclave donde convergen muchos, muchísimos factores: económicos, sociales, musicales o culturales.

En los primeros años del siglo XX dos movimientos coexistieron en términos musicales: uno, la música negra, más anclada en el sur, que se utiliza como vía de escape a sus condiciones de vida y las presiones raciales; y otro, la música blanca que veremos más adelante.

El blues se originó en torno al siglo XIX a partir de las canciones religiosas y paganas que los esclavos africanos cantaban en las plantaciones de algodón, maní y tabaco en el sur de EE.UU. El sonido comenzó a extenderse a partir de 1900 hasta hacerse urbano una década después, llegando a ser aceptado por parte de la comunidad blanca americana.

En el blues el cantante expresa sus emociones en 12 compases, normalmente sobre guitarra, donde la voz, el sentimiento y la acústica son mucho más importantes que la propia afinación. Los primeros nombres asociados al blues son Baby F. Seals, Hart Wand y W. C. Handy.

El blues, influenciado probablemente por sonidos europeos, dio un paso evolutivo a partir de 1915 en la misma América hacia el *jazz*. Su

ritmo, el fraseo y la producción de sonido, y los elementos de armonía de blues se derivan de la música africana y del concepto musical de los afroamericanos, su improvisación y la predominancia de la voz y el mensaje, ahora mucho más cubierto por las secciones de metal. Entre sus primeros intérpretes, entre Chicago y Nueva Orleans, se encuentran Jimmy Rushing, Joe Williams, Jimmy Witherspoon y Big Miller.



John Lee Hooker, blues desde Mississippi.

Y más tarde, hacia 1930, dio una vuelta más hacia el *swing*, pasando por el dixieland, con una aceptación mucho más masiva, totalmente integrado en la comunidad blanca, y prototipo de una época que mezcla la decadencia de la depresión con la necesidad de diversión, con grandes intérpretes iniciales como Artie Shaw, Harry James, Glenn Miller y Tommy Dorsey. El swing introdujo sobre todo un ritmo de baile a través de composiciones más simétricas y armoniosas.

En esa época la música góspel, o música espiritual, tomó un gran protagonismo en algunas comunidades. Surgió de las iglesias afroamericanas para llevar a las personas la palabra de Dios y se hizo popular en la década de 1930. A diferencia de otros himnos cristianos, la parte musical es más ligera y su energía radicaba en la armonía vocal de los coros y sus movimientos, que invitaban a los fieles cristianos a cantar con ellos, levantarse y palmeaar al mismo ritmo.

La fuerte división entre blancos y negros en los EE.UU. ha mantenido separadas las dos ramas del góspel, una blanca y una negra. La música góspel fue una cantera permanente de cantantes de blues, soul y country principalmente, estilos mucho más vocales que el rock and roll o el rockabilly.

En la década de 1940 nuevas versiones de temas musicales afroamericanos ya compuestos e interpretados por blancos se hicieron populares llegando a los primeros lugares en las listas de ventas, mientras las versiones originales interpretadas por negros ganaban popularidad solo entre los afroamericanos.

Poco a poco irían llegando, desde Mississippi, el trío de los más grandes del blues: el informal John Lee Hooker, BB King, más eléctrico y explosivo y después consagrado como el Rey del Blues, y el gran Bo Diddley, con un estilo en plena transición al *rock and roll*. Y también Willie Dixon, Robert Johnson, y claro, una chica llamada Bessie Smith.

2. Música blanca

Por otro lado una corriente migratoria inglesa fusiona sus principios *folk* y la religión protestante blanca con los ambientes locales agrarios, mineros y campesinos del sudeste americano, derivando su expresión más autóctona en un nuevo estilo denominado *bluegrass*. Este comenzó a tocarse a partir de la segunda mitad del siglo XIX y llegó a ser muy popular en los años 40, y su estilo fue regido por los instrumentos que fueron construidos para él (voz, guitarra, mandolina, banjo, violín, contrabajo). En la película *O Brother* (Hermanos Coen, 2000) se recupera para la actualidad con su banda sonora que llegó a obtener un Globo de Oro.

Sus más famosos intérpretes iniciales, aún hoy escuchados, fueron Bill Monroe, Flatts & Scruggs y Ricky Skaggs.

Hacia finales de los años 50 el auge de los nuevos estilos relegaron a los más primitivos, dando paso al sonido que aún hoy se mantiene, aunque clasificado dentro de la música country, cuya base musical fue claramente heredera de los primeros sonidos.



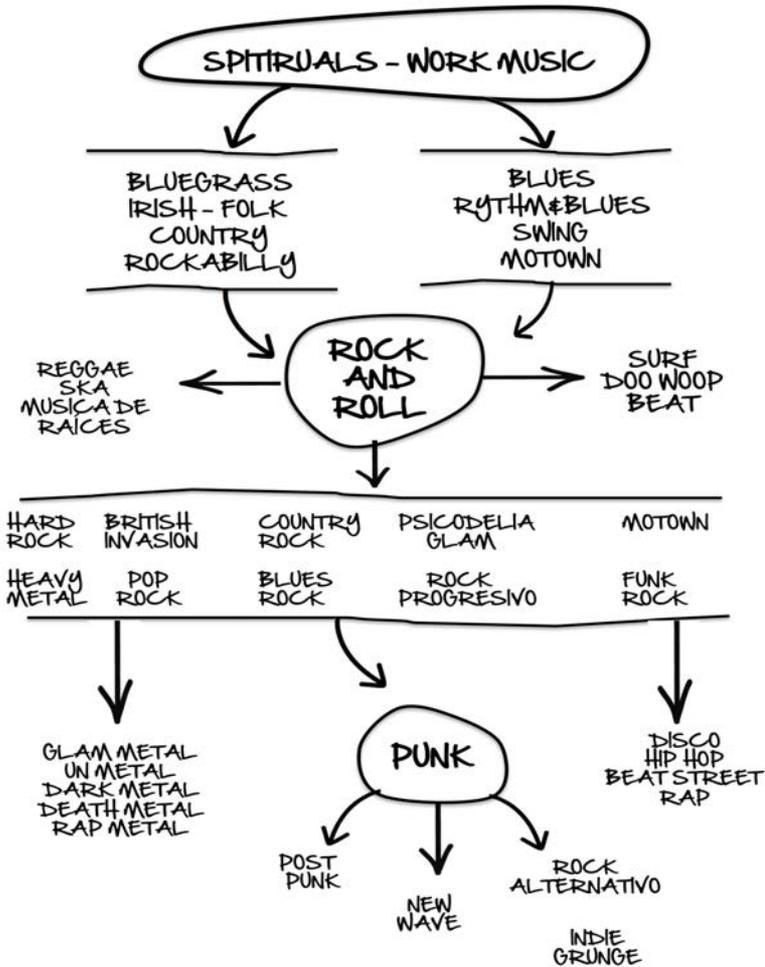
Hank Williams, en los orígenes del country.

Por su parte el country, como género musical surgido en los años 20 en las regiones rurales del sur de EE.UU. y las marítimas de Canadá y Australia, surgió de forma espontánea como una combinación de la tradición folclórica de algunos países europeos, principalmente Irlanda, con otras formas musicales ya arraigadas en Norteamérica, como el blues.

El country tradicional se tocaba con instrumentos de cuerda, como la guitarra, el banjo, el violín sencillo (fiddle) y el contrabajo, aunque también era frecuente el uso del acordeón (de influencia francesa) y la armónica (de origen alemán). Su máximo exponente fue Hank Williams, cuyas más de 400 canciones siguen siendo consideradas como la base del country contemporáneo, versionado y homenajeado por el gran espectro musical incluido entre el pop y el rock. También al genial Johnny Cash con su actuación en directo en el Folsom Prison Blues, se le considera todo un referente del estilo.

El cine más actual nos ha dejado imprescindibles filmes acerca del country como la loca historia de Jerry Lee Lewis, otro de los grandes del 56 en *Great Balls Of Fire* (1989, Jim McBride, con Dennis Quaid y Winona Ryder) o la tormentosa vida del grandísimo Johnny Cash en “La Cuerda Floja” (*Walk The Line*, 2005, James Mangold y un estelar Joaquín Phoenix). Ambas cintas revelan la imperecedera actualidad de ambos estilos.

Bien, ¿qué tenemos entonces hasta ahora? Por un lado una historia de música negra, con origen africano y asociada a la sociedad esclavista y sureña. Por otro, algo casi contrario, un origen occidental y un desarrollo en el sudeste. Dos orígenes independientes, dos entornos sociales bien diferentes, dos formas de tocar y cantar que, en un principio, nada tenían que ver la una con la otra. Seguimos en mitad de la década de los años 50.



Evolución de la música desde diferentes estilos.

En cuatro décadas la música había evolucionado creando una diversidad de estilos con diferentes matices rítmicos, vocales e instrumentales.

3. Que comience el baile

Mientras la música de rock and roll surge principalmente del country y del R&B, el rock no hereda su baile de esas formas musicales¹.

En los años 20 los bailes de moda en EE.UU. eran principalmente el charleston y el black bottom. A la velocidad de la música los movimientos se hacían más frenéticos, originales y arrebatados.

También estaba el Lindy Hop al compás de las orquestas de swing más grandes de la época: Benny Goodman, Count Basie, Duke Ellington... Así la relación entre el baile y la música se estimulaba mutuamente.

Un momento histórico en la evolución del baile se produjo en 1937 cuando Benny Goodman dio un recital en el Paramount Theatre de Nueva York. En un ambiente sin precedentes los asistentes empezaron a bailar en la sala de forma espontánea. Al día siguiente los diarios se hicieron eco del fenómeno bautizando el nuevo baile como el *jitterbug*. Después surgieron nuevas formas de baile como el *boogie-woogie* y el *swing-boogie*.

A finales de los años 40 estas big bands se transformaron en grupos de *bebop* o de *jump blues*, con una clara incitación al baile. Así la evolución de la música de baile se fue alejando del swing y evolucionando hacia el rockabilly, lo que posteriormente generaría una identidad propia del baile que es el genuino rock and roll².

4. El motín de Hollister 47

Si hay una fecha destacada en la subcultura juvenil americana es sin duda julio de 1947. No se trata tanto de lo que sucedió en Hollister, algo ajeno a la música por completo, sino del tremendo efecto y la gran influencia que tuvo sobre una capa social juvenil.

El 4 de julio de 1947, más de 4000 miembros de la American Motorcycle Association (AMA) entraron en la ciudad californiana de Hollister. Desde 1930, Hollister se había convertido en el punto de encuentro de la concentración y las carreras populares organizadas por la AMA y fueron

1 www.8tiempos.com

2 Miguel Ángel Escrivá, Santero.

adquiriendo año tras año más relevancia y, por lo tanto más asistentes hasta los años de la Segunda Guerra Mundial. Al finalizar esta, muchos soldados veteranos americanos se establecieron en California y, ante la falta de trabajo, se fueron agrupando en torno a moto clubs con sus Harley Davidson WLA45, como los “Jackrabbits” los “13 Rebels” o los “Yellow Jackets”. Los miembros vestían ropa con los colores del club, organizaban salidas sobre sus motocicletas, bebían y se iban de fiesta juntos. Sin embargo, en el aspecto social, no había ningún sentido de la territorialidad ni rivalidad alguno entre clubs. Tan solo una observación: los nuevos motociclistas solían beber más de la cuenta y eran más gamberros que los antaño motoqueros de antes de la guerra¹.

Ese fin de semana del 47 fue un auténtico caos en la pacífica Hollister. Centenares de motociclistas de nuevo cuño convirtieron la concentración en una auténtica ciudad sin ley, donde el gamberrismo, la acción policial y el miedo de los aterrorizados habitantes fueron motivo suficiente para que la prensa convirtiera los hechos en un auténtico motín de alcohol y rebeldía: motivo suficiente para escandalizar al conservadurismo imperante en los años de posguerra.

Años más tarde se popularizaría el concepto 1% para describir a la cantidad de moteros que vivían al borde de la ley, sobrenombre que dio origen al Hell Angels Motorcycle Club (HAMC), hoy presentes en casi todos los países del mundo, cuyas actividades al borde de la ley son por todos conocidas.

Tal fue la repercusión de estos hechos que años más tarde se estrenó una película que también tendría un lugar fundamental en este cruce de caminos: *Salvaje (The Wild One)*, con un magnífico Marlon Brando quien a los mandos de su Triumph encarnaba el papel de uno de los líderes de esa revuelta. Con ello se terminó demonizando, en un aura entre la rebeldía y el romanticismo, la imagen de los motociclistas de los años 50 y posteriores.

1 Desguace web, Grobitxo.



Estamos llegando, desde otro camino, al punto de reunión de mediados de los 50, pero aún nos faltan algunos ingredientes más.

5. Qué se fue y qué llegó con James Dean

“Vive rápido, muere joven y dejarás un bonito cadáver” proclamaba James Dean poco antes de su trágica muerte, aunque no fue exactamente el autor de esta premonitoria sentencia. Su Porsche *Spyder* rojo, comprado en una subasta y que solía probar hasta los límites, era entonces su mejor amigo.

Su muerte en trágico accidente, ocurrida en 1956 cuando solo tenía 24 años, supuso el punto final a una corta y exitosa carrera cinematográfica que había durado poco más de un año, que le llevó a obtener millones de fans que enloquecieron a su muerte y lo mitificaron a los altares de la juventud. La velocidad en este caso, como en tantos otros, es una tentación del comportamiento humano, quizá de un espíritu aún por descubrir, un alma rebelde con la sensación de que el tiempo se iba demasiado rápido.

Su etapa en el cine también dio comienzo en los años 50 con papeles insignificantes sin acreditación hasta que Kazan le ofreció en 1955 el papel protagonista en *Al este del edén*, una adaptación de John Steinbeck. La gran interpretación de Dean asombró al público por su carácter inconformista y fue por ello nominado al Oscar.

Ese mismo año James Dean protagonizó otro film en el que se acentuaba su carácter como actor, *Rebelde sin causa* (1955) que le confirmó definitivamente como uno de los principales ídolos de la juventud estadounidense de esta época. Después llegó *Gigante* junto a Elizabeth Taylor. De nuevo Dean se identificaba con un personaje distante, extraño, solitario y alejado del mundo que le rodea.

Con James Dean llegamos al punto de encuentro de otro de los caminos que, a mediados de los 50, impactaban en una sociedad americana aún cambiante y con una generación a la búsqueda de nuevos referentes.

El joven víctima, ausente e incomprendido en un mundo dominado por adultos convertiría su papel y su persona en un mito eterno.

6. Entorno social y cultural del nacimiento del marketing

La sociedad norteamericana de mediados de los años 50 crece y se desarrolla superando una posguerra que no dañó su territorio aunque sí marcó a parte de una generación. Los EE.UU. tuvieron cerca de doscientos mil fallecidos frente a los treinta y cuatro millones de europeos¹.

El desarrollo de la industria militar y los avances tecnológicos de la guerra llevaron consigo un posterior progreso social y económico sin precedentes, iniciado tras la recuperación del crack del 29. Además, como vencedores de la contienda supieron programar estratégicamente su nuevo papel en el mundo recién creado.

1 W. Van Mourik: *Bilanz des Krieges*, Ed. Lekturama, Rotterdam, 1978.



Crecimiento del mercado e incertidumbres ante el desarrollo.

La producción era cada vez más elevada en la mayoría de sectores de consumo ante el crecimiento exponencial de la demanda. Entonces la industria, antes de sacar un nuevo producto al mercado, debía preguntarse:



Evolución filosófica del marketing

Así, comienza a fraguarse una nueva cultura empresarial, una nueva ciencia que necesita dar respuestas a preguntas antes nunca planteadas.

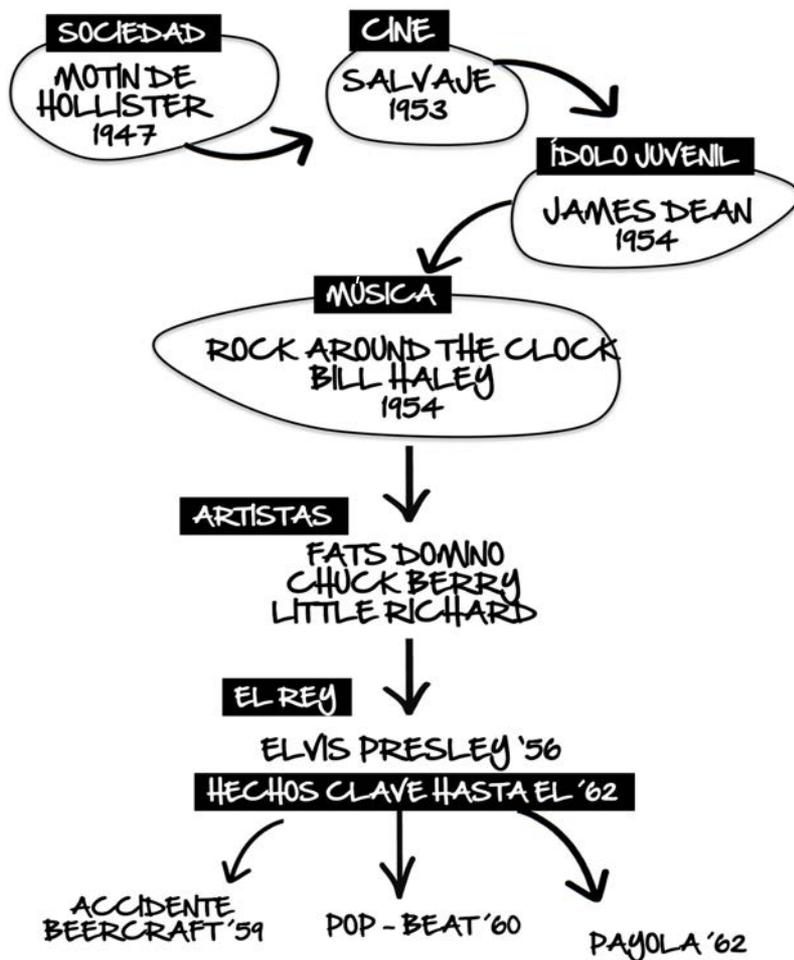
Lo que podríamos llamar el desarrollo filosófico del marketing tendría lugar en tres fases:

1. Orientación a la producción.
2. Orientación a las ventas.
3. Orientación al marketing.

Esta evolución de la filosofía empresarial ha llevado asociada un proceso de cierta revolución en la cultura empresarial, cambiando los enfoques según las fases en paralelo al propio desarrollo de la sociedad, del consumo y de la actividad empresarial.

La fase de la **orientación a la producción** se inicia en los albores de la revolución industrial de 1870 y llega hasta el año 1930, momento en que la producción debe cubrir una demanda muy superior a la oferta. En esta fase el papel del marketing en la empresa, y en la sociedad en general, es prácticamente inexistente.

Después llega la segunda fase, llamada de **enfoque a ventas** que llega hasta 1970 aproximadamente y centra su máximo desarrollo en los años 50, que es la década que realmente nos interesa y la que estamos ahora analizando como nacimiento de una cultura juvenil diferente y, por qué no, con afán rupturista. Lo más relevante de esta fase es el equilibrio entre oferta y demanda, y el reto del crecimiento, a través de nuevos productos y nuevos canales.



La encrucijada del nacimiento del rock and roll.

Finalmente, a partir de los años 70 llegará una nueva fase del desarrollo estratégico y conceptual del marketing, **el enfoque al marketing**, donde el crecimiento y la expansión se basan en la detección de nuevas oportunidades, etapa en la que entraremos más adelante en este libro en su relación con el rock. En esta secuencia temporal el marketing lo invadirá todo, la práctica totalidad de decisiones empresariales y su influencia social será determinante, tal y como veremos más adelante.

Estas tres fases, como vamos a demostrar y que, en cierto modo, ya hemos podido contrastar, son paralelas al propio desarrollo del rock como cultura, como producto y como factor industrial.

El rock es entonces un potente motor industrial, que afecta no solo al ámbito de la producción musical, sino a los medios de comunicación, la moda, la electrónica, el diseño, el ocio, la celebración de eventos y el valor que aporta a ciudades y países como The Cavern a Liverpool, Graceland, la mansión de Elvis en Memphis, el FIB a Benicàssim, el Berlín de los años 60, Rock In Río, Ruta Country de Nashville, etc.

7. El cruce de caminos

Hemos llegado por fin al cruce de caminos: mediados de los años 50, una sociedad en pleno crecimiento, feliz, con trabajo y con dinero. La música en sus diversas facetas aparecidas hasta ahora van tomando un papel protagonista en la sociedad: el blues, el jazz, el country; cada una en su lugar y no siempre mezcladas.

Las motos, el cine, los ídolos incomprendidos han creado las condiciones ambientales ideales para esperar el estallido final.

La mecha se enciende en 1954 cuando llegó Bill Haley con su “Rock Around the Clock” al primer número uno de la historia del rock and roll, canción que además dio nombre al género, según el acuerdo general de los cronistas.

Bill Haley era un tipo encantador, ancho, con un rizo característico, y padre ya de 5 hijos que solía vestir chaquetas a cuadros. Su banda, The Comets, estaba compuesta de percusión, acordeón, saxo, contrabajo y guitarra solista, a la que acompañaba con sus movimientos al unísono con los anchísimos pantalones de los trajes de la época.



Bill Haley and The Comets

El apoteosis llegó cuando se proyectó la película *Semilla de maldad* (*Blackboard Jungle*). En ella Glenn Ford es un profesor en un colegio donde los jóvenes se comportan como inmorales e indisciplinados, dominados por un delincuente juvenil en potencia. Cuando sonaba la canción en los cines la gente enloquecía, bailando y arrancando las sillas y, muchas veces, terminando en peleas; es solo rock and roll. Surgió entonces el concepto de *teenager*, el quinceañero que traslada su adolescencia y proyecta su rebeldía al ritmo de rock and roll.

Su influencia hasta hoy es tal que ha sido referencia directa de los Beatles o los Rolling Stones, versionada miles de veces y hasta convertida en uno de los escasos éxitos de los Sex Pistols.

Ese mismo año otro de los primeros artistas negros de rock and roll, Johnny Ace, celebró su primer número uno de rhythm and blues jugando a la ruleta rusa, con la peor fortuna que podamos imaginar; una idea fantástica para pasar a formar parte de la historia. Otro de los primeros miembros de la primera *generación rock* en llegar al club de los jóvenes cadáveres.

Pero con la mecha encendida faltaba la explosión. El 9 de septiembre de 1956 un jovencísimo Elvis Presley hacía su primera aparición televisa en el mítico Ed Sullivan Show. Elvis interpretó “Don’t Be Cruel”, “Love Me Tender”, “Ready Teddy” y “Hound Dog”. Esa noche se batió el récord de audiencia televisiva, con la censura efectuando cortes de la censura sobre sus piernas como recuerdo para la historia, en los EE.UU. con 60 millones de espectadores y un 82,6% de audiencia. Con él llegó la locura.

Pero ¿cómo llegó Elvis hasta aquí? ¿Qué hacía un blanco con voz de negro moviendo las caderas y escandalizando a todo un país? ¿Cómo se habían transformado tan rápido y con tanta fortuna diferentes razas, entornos sociales y geográficos y estilos musicales? No le demos muchas vueltas, es la magia del rock and roll.

Dijo John Lennon que antes de Elvis no había nada. Cierto que anteriormente otros intérpretes negros como Fats Domino (con temas eternos como “Whole Lotta Loving”, “Fat Man” y “Blueberry Hill”), Chuck Berry, con una mezcla de ternura y crudeza en sus canciones consiguió llegar a ser influencia del pop (“Johnny B. Goode”, “Roll Over Beethoven”), Little Richard (“Long Tall Sally”, “Jenny, Jenny” y “Good Golly Miss Molly”), Muddy Waters y su inconfundible ritmo de “Mannish Boy” o Jimmy Preston y tantos otros que habían cantado con cierto éxito canciones ya mencionaban la palabra rock y proponían un estilo muy definido.

Realmente hasta la incorporación al género de músicos blancos, como Carl Perkins (“Blue Suede Shoes” o “Zapatos de gamuza azul”), el propio Bill Haley, y después Gene Vincent y su “Be-Bop-A-Lula” y Eddie Cochran con su “Summertime Blues” o el versionadísimo “C’mon Everybody”, que hoy suena a Los Ramones. Aun así el rock no llegaba a todos pero apareció Elvis Presley.

Tras su estelar aparición en el Ed Sullivan Show, los medios de difusión y el público blanco en general comenzaron a aceptar un estilo nuevo, ya muy perfilado, con años de desarrollo en los que se ha ido buscando la instrumentación más adecuada, los ritmos, las voces y unos mensajes que calarían hasta los huesos de una juventud expectante.

En esos años el gran Alan Freed entraba en escena. Alan fue un visionario que descubrió el gran potencial del rock and roll. Fue él quien introdujo la música *rhythm & blues* en las radios de los EE.UU. y de Europa bajo el nombre de rock and roll. Más tarde consiguió un programa en