ASÍ CAMBIÓ LA FORMA DE ESCUCHAR MÚSICA

FENÓMENO IPOD
Fue el principio del fin. Decretó la muerte –lenta– del CD y el imperio del MP3 y las playlist.

EL REGRESO DEL VINILO
Toda revolución tiene su contrarrevolución: sibaritas y melómanos volvieron al formato más analógico.

CASCOS VISTOSOS
Los de botón pasaron de moda, y hasta las más preppys llevan hoy modelos que antes sólo lucían los raperos.

HASTA LA CASETE
La mixtape se impuso de tal modo que el underground recuperó las viejas cintas, verdadero objeto cool.

SPOTIFY
El golpe definitivo al viejo mundo: (casi) toda la música al alcance de un clic y de manera instantánea.

JULIAN CASABLANCAS, LÍDER DE THE STROKES, EN EL ÚLTIMO VÍDEO DE LA BANDA. A LA DCHA., SU NUEVO ÁLBUM.

APÓSTOLES DEL ROCK

THE STROKES MARCARON A FUEGO LOS 2000. SU NUEVO DISCO NOS SIRVE PARA HACER BALANCE. *por* XAVI SANCHO

Cinco años después del regular «First Impressions of Earth», y a pesar de lo flojos que han sido los proyectos paralelos de sus miembros, The Strokes entregan «Angles», un álbum donde recuperan el sonido de alcantarilla de la Velvet o Television, y le suman atrevimientos electrónicos más acordes con la tendencia (tan 2009) a recuperar los ochenta. El resultado es un disco notable y rentable. Como su propia historia. Diez años en los que, con ellos, muchas cosas cambiaron en la música y las tendencias.

UN NUEVO PARADIGMA Durante la pasada década se extendió la idea de que The Strokes venían a salvarnos de la electrónica cansina, el nuevo metal y la ñoñez tipo Dido para parejas que no discuten ni en Ikea. Pero lo cierto es que hubo discos magníficos antes de que Geoff Travis, jefe del sello Rough Trade, oyera su primer single y declarara que «acababa de escuchar al grupo que iba a cambiar la cultura pop para siempre». Quizá «Is This It» (2001) no fue el mejor disco de la década, pero sí el más importante.

LEIGH LEZARK (DE MISS SHAPES).

EL ROCK AND ROLL SE PONE DE MODA Como documentó Thomas Frank en su ensayo «The Conquest of Cool», el marketing se había apoderado en los noventa de casi todas las formas de rebeldía y significación juvenil. Menos una: el rock and roll. No era lo suficientemente sexy y aspiracional como para ser masticado por las masas. Entonces llegaron ellos, con sus pitillos y sus All Star. Las firmas tardaron muy poco en inundar la década con revisiones carísimas del armario de los neoyorquinos.

LA NOCHE ES NUESTRA Los DJ, que habían llegado años atrás para destronar a las estrellas de rock, se habían convertido en millonarios bebedores de champán. La cultura de club ya no era más que un circuito de locales caros donde siempre pinchaban los mismos. Lo que llegó con los Strokes fue el retorno al sótano, al DJ que es un simple selector de buenas melodías (Miss Shapes, Sean McLusky, ellos mismos en algún disco...) y a los clubes donde la gente tenía algo que cantar y alguien con quien acostarse.

LA INVENCIÓN DEL NUEVO MODERNO Ahora se les ve con sus bicicletas, sus gafas de pasta y sus poses afectadas, pero los primeros avistamientos de lo que hoy conocemos como modernos se produjeron en el neoyorquino Lower East Side, donde se les podía observar ataviados como de The Strokes. Lo que lograron las marcas fue –como se explica en el libro «¿Qué fue lo hipster?», que Alpha Decay publica ahora– crear una casta de jóvenes que, en vez de destruir el sistema, querían introducirse en él para venderle cosas. The Strokes, pijos ensimismados y exitosos, fueron el espejo en el que se miró toda una generación que estudió diseño gráfico porque los pintores se mueren de hambre y los empresarios no pueden llevar Converse al trabajo.

NUEVA YORK 2.0 En los albores del siglo XX, la comunidad artística vivía atemorizada por la política de tolerancia cero del alcalde Giuliani. Abocada a convertirse en una ciudad de yuppies y turismo familiar, Strokes contribuyeron a recuperar su legado underground. Eso sí, en una versión satinada que se ejemplifica en el cierre de CGBG, donde debutaron Talking Heads o Blondie, tranformado en tienda del diseñador John Varvatos, que vende camisetas «rockeras» a cien dólares la pieza. ■

GETTY / GERARD ESTADELLA