

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

La trascendencia de los grandes grupos de rock clásico internacional a través de los formatos de distribución, desde vinilos hasta Spotify

Casos: • Creedence Clearwater Revival
• The Beatles
• The Rolling Stones

Autor/es:

Cofré, Lucas Gabriel – LU: 1126477

Carrera:

Ciclo de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tutor:

Stecconi, Natalio

Año: 2022

Resumen:

En esta sociedad globalizada (y abrazada a una mundialización de la cultura), adicta a las pantallas y al consumo masivo de información en tiempo real, la distribución musical se encuentra en plena transición debido a la transformación de los formatos físicos a los digitales. Sin embargo, gran parte del público consumidor se ve identificado a grandes rasgos con la imagen, rebeldía, música y varios otros elementos significantes que conforman un vínculo que trasciende generaciones con el género musical del rock clásico y las bandas que lo conformaron a la cabeza. En el caso particular de los grupos Creedence Clearwater Revival, The Beatles y The Rolling Stones, se observa un discurso que sigue contagiando y trayendo nuevos seguidores a pesar del paso del tiempo, el idioma y las transformaciones de la industria de la música y la moda. Su obra, a diferencia de otros grupos con distintos estilos de música e imagen, continúan vendiendo discos, o más bien, rompen récords en reproducciones y en las principales listas como Billboard. Ubicados en el campo de la Semiótica y del Discurso Social, este trabajo propone un análisis del recorrido de estos grupos, la inoxidable vinculación con la juventud y su correspondiente producción de efectos de sentido.

Palabras clave:

Soportes, Rock, Rock clásico, Vinilos, Spotify, The Beatles, The Rolling Stones, Creedence Clearwater Revival, Portada, Discos, CD, Álbumes, Discursos sociales, Semiótica, Enunciación, Guerra, Conflicto Bélico, Billboard.

Abstract:

In this globalized society (and embraced by a globalization of culture), addicted to screens and the massive consumption of information in real time, music distribution is in full transition due to the transformation from physical to digital formats. However, a large part of the consuming public is broadly identified with the image, rebellion, music and several other significant elements that make up a link that transcends generations with the classic rock musical genre and the bands that formed it at the head. In the particular case of the groups Creedence Clearwater Revival, The Beatles and The Rolling Stones, there is a discourse that continues to spread and attract new followers despite the

passage of time, the language and the transformations of the music and fashion industry. His work, unlike other groups with different styles of music and image, continue to sell records, or rather, break records in reproductions and on the main charts such as Billboard. Located in the field of Semiotics and Social Discourse, this work proposes an analysis of the journey of these groups, the stainless link with youth and its corresponding production of effects of meaning.

Keywords:

Rock, Classic Rock, Vinyl, Spotify, The Beatles, The Rolling Stones, Creedence Clearwater Revival, Cover, CD, Albums, Social speeches, Semiotics, Enunciation, War, Billboard.

Índice:

-Introducción y problema de investigación – Tema	4
-Objetivos	6
-Marco teórico	7
-Marco metodológico	9
-Análisis	9
1. Estética y gráfica: la pintura que no se vence, se transforma	9
2. La rebeldía clásica	19
3. Los <i>Number 1</i> del rock clásico, ¿y de la música popular?	21
4. Bonus Track: el impacto de la “Youtubificación” en los autodidactas	23
-Conclusión	23
-Anexo	24
-Bibliografía	25

Introducción y problema de investigación:

Tema:

El tema de este trabajo es la trascendencia de los grandes grupos de rock clásico internacional a través de los formatos de distribución, desde el vinilo hasta Spotify.

Casos:

- *Creedence Clearwater Revival*
- *The Beatles*
- *The Rolling Stones*

En el transcurso de la vida, cualquier persona puede estar naturalmente acompañada, desde que nace hasta su último día, por fenómenos que rara vez se permite cuestionar por qué están allí o cómo llegaron a impactar en su vida o qué representan para ellas. Simplemente, siempre estuvieron allí. Son normales, naturales, no les prestan en principio la atención que se merecen. Sin embargo, estos fenómenos, como la música y sus distintos géneros populares, tuvieron una consolidación en determinada época, quizás lejana en el tiempo en que esas personas nacieron, y aun así se identifican con la misma, siendo ésta también ajena a ellas en lo que respecta a cercanía territorial, de idioma o cultura incluso, pero ahí está presente. Al igual que las personas, ésta apareció, caminó, creció y sacó a flote su esplendor.

Los nacidos en los años 90s la escucharon por primera vez a través de un equipo de música, el cual reproducía discos compactos de audio con unas gráficas psicodélicas o que simplemente representaban a cuatro o cinco muchachos ingleses/estadounidenses, parados uno a lado del otro (que en el momento en que los escucharon por primera vez, estos chicos ya eran abuelos). Por alguna razón, estos sonidos y este lenguaje impactaron tremendamente en mucha gente de estas jóvenes generaciones, todavía más que los estilos actuales de habla locales y, con el correr del tiempo, el interés, avance tecnológico y relaciones sociales, así como los conciertos de rock multitudinarios de los últimos años pre - pandemia, nos permitieron ver que no éramos los únicos que palpitábamos este fenómeno: en un concierto de The Rolling Stones, como también en los propios de John Fogerty y Paul McCartney, todos en Buenos Aires, vimos cómo hasta cuatro - ¡SÍ,

CUATRO! - generaciones cantaban sus canciones y sus riffs de guitarra al unísono, con la locura y el fervor que tanto identifica a los argentinos.

Todos estos grupos llevaron el hoy denominado rock clásico alrededor del mundo. ¿Qué es el rock clásico? Se denomina **rock clásico** al género musical el cual fue empleado para categorizar a los principales artistas de *blues rock*, *hard rock*, *rock progresivo*, *roots rock*, *soft rock*, *rock pop*, y hasta *country rock*, entre otros sub géneros, que alcanzaron masividad. La gran mayoría de los grupos que pertenecen a este género surgieron y tuvieron sus años dorados en los 60s, algunos otros en los 70s, y otros en los 80s y 90s. Llamado *clásico*, ya que es “digno de imitación” (Hickey, 2014). Clásico porque se toma como modelo, por ser de una calidad superior, un término impuesto a partir del arte y las esculturas del antiguo griego y romano. Su vigencia y evolución es incomparable con otros estilos.

Desde sus inicios, el trabajo de estas bandas ha sido distribuido a través de distintos **soportes**: en la década de los ‘60, a partir de **discos de vinilo** (el almacenamiento analógico, característico por su tamaño y forma circular, compuesto por un plástico de cloruro de polivinilo, capaces de contener hasta un máximo de 40 minutos de sonido por cara); más adelante, a inicios de la década del ‘70 y principio del ‘80, tuvo su auge el **casete compacto** o **cassette**, formato que permitía una mayor duración (entre 30 y 120 minutos en dos caras), que pasaba a lo largo de una cinta magnética estereofónica entre dos pequeños carretes, encerrados en una carcasa de plástico; luego, en los años ‘90, fue reemplazado por el **disco compacto** o **CD** (que poseía una tecnología superior de almacenamiento, sumado a su atractivo y peculiar tamaño de 12cm y su redondez, capaz no sólo de soportar audio sino también video, fotos y documentos de otro tipo); y en la actualidad, las listas de reproducción de la plataforma de **streaming Spotify** son la opción más accesible al público, y en ellas, estos artistas alcanzan unos 700 millones de reproducciones en sus trabajos más importantes, números muy cercanos (y hasta a veces, superiores) a los de los referentes internacionales más populares del rock o pop de la actualidad.

¿Qué tuvieron y tienen en común estos soportes? Así es, todos llevan en sus portadas a estos grupos legendarios de rock clásico desde hace más de 50 años y, en definitiva, sus letras, las cuáles identificaron a esa primera generación en un contexto de violencia por conflictos bélicos, discriminación cultural, racial, sexista e ideológica, se ven hoy en día

reflejadas en la juventud actual, que atraviesa situaciones similares a las de aquellos tiempos.

Entonces, llegamos a la pregunta principal: ¿Cómo es que estos grupos del llamado *rock clásico* internacional trascendieron generaciones a través de los formatos de distribución? La presente propuesta de investigación consiste en analizar el recorrido de estas tres bandas de la década de los 60, a través de los distintos soportes de audio que ha traído el avance tecnológico, comenzando por los vinilos, seguido por la aparición de los cassettes, luego los CD y finalmente el formato streaming de Spotify, tomando como referencia las bandas británicas **The Beatles**, **The Rolling Stones** y la americana **Creedence Clearwater Revival**. Describir sus características, gráficas, estéticas, ideologías, sonidos originales y su importancia para llegar a trascender en más de tres generaciones de distintos países y culturas del mundo.

Este tema de investigación es factible de ser estudiado ya que la información que lo compone es de carácter público, cuenta con los recursos y registros necesarios para llevar a cabo el mismo (imágenes, videos, documentos de texto, programas televisivos, portales, diarios, entre otros) y se justifica por el aporte que han dado a la cultura popular y comercial, y a su vez, sirve para mostrar cómo este tipo de expresión musical y sus respectivos medios de distribución generan vínculos transgeneracionales. Además, este estudio es de mi interés personal, ya que ha atravesado mi vida y motivado a aprender y transmitir la misma música a los míos.

Objetivos:

Objetivo general:

-Analizar la trascendencia de los grandes grupos de rock clásico internacional a través de los distintos formatos de distribución (desde los vinilos de los años '60 hasta las plataformas de streaming de la actualidad, como Spotify).

Objetivos específicos:

- Describir las gráficas y estética en el cual se representan las tres bandas en los diferentes formatos de audio de distribución.

- Establecer vinculaciones discursivas entre la generación de jóvenes de los 60s y los jóvenes de la actualidad a partir de las letras de los hits más importantes de los tres grupos (principalmente, la problemática bélica/política).

-Comparar la cantidad y forma de venta de los distintos soportes de audio de estos tres grupos, desde los años 60 hasta la actualidad, con los grupos actuales de géneros similares.

Marco teórico:

El rock clásico y los grupos que lo componen han dejado sin lugar a dudas una gran huella en la historia de la música, que ha pasado de generación en generación a través de distintos envases (soportes), con estéticas revolucionarias y canciones memorables, aún vigentes. Tan vigentes que jóvenes de distintas épocas encuentran puntos en común: las generaciones no sólo adoptan la música y las frases, sino también las vestimentas, pensamientos políticos/filosóficos, gestos, peinados, artes, entre otros. Esos elementos y sucesos constituyen, para Eliseo Verón (1987), “las condiciones socio-históricas de producción” que explica el proceso de **producción de sentido** de un discurso.

Para comprender el vínculo entre los sujetos discursivos y los destinatarios de un discurso, Verón elabora el llamado “**contrato de lectura**” a partir de la *teoría de enunciación* de Émile Benveniste y señala que “todo pacto de lectura se instituye y es instituido por las modalidades de lectura (en este caso también la escucha) o hábitos de los lectores generados y, a su vez, por esa manera de decir histórica y culturalmente situada” (Verón, 1999).

En la *teoría de la enunciación*, Benveniste (1995) explica el acto de la enunciación como “el acto único e irrepetible, mediante el cual un sujeto se apropia del lenguaje y produce un enunciado; este enunciado (producto de la enunciación) lleva las marcas o huellas de la enunciación de ese sujeto. En el acto de la enunciación se construyen los roles de enunciador (quien produce el enunciado) y enunciatario (destinatario del enunciado) y entre ellos se establece una relación intersubjetiva denominada “el contrato enunciativo””. Es decir que todo discurso presupone el cumplimiento de un particular contrato enunciativo, por lo que, existiría una relación de presunción lógica entre un discurso y el contrato enunciativo que éste actualiza y realiza.

Verón habla del **contrato de lectura**, un pacto tácito (implícito) entre el enunciador y el enunciatario que regula las relaciones entre ambos. Marca cómo es la relación entre ambos y propone analizar ese pacto desde el enunciado. La idea es que, analizando correctamente el enunciado (como la tapa de los discos, la música y la letra de las canciones, gráficas de los grupos en las plataformas y todo elemento que conforme con la asignación de sentido), podemos ver cómo está pauta la relación entre ambos. Es un concepto integrador, ya que, para analizar el contrato de lectura, dado un enunciado X, debemos tener caracterizado al enunciador (saber quién es). En segundo lugar, hay que saber reconocer al enunciatario, el cual se caracteriza a través de deixis, apelativos, subjetivemas (como también al enunciador). Además, se puede recurrir a las modalidades de enunciación como del enunciado, o con los actos de habla. En tercer lugar, se establece el análisis de relación, de vinculación. Son imágenes, aquello que el enunciador es, corresponde a cómo se presenta en el enunciado. Todo se vincula a la manera en que se presenta (Verón, 1999).

En relación a la descripción de discursos concretos, nos encontramos con “objetos empíricos, y Verón agrega: “En la superficie de lo social nos encontramos, en efecto, con “paquetes” textuales, conjuntos compuestos en su mayor parte de una pluralidad de materias significantes: escritura-imagen; escritura imagen-sonido; imagen-palabra, etc. Ellos son textos (...)” (Verón, 1987).

Por otro lado, es importante remarcar que toda esta producción de sentido, fue acompañada por la transformación de la industria musical en tanto soportes. Como señala el investigador Patrick Wikström, “la industria de la música grabada se ha transformado radicalmente en los últimos 15 años, pero aún falta mucho para que dé el paso definitivo y deje atrás el mundo físico...” (Wikström, 2013).

Para reforzar el **estado del arte**, se abordaron distintos documentos académicos y periodísticos referidos a la distribución, venta y consumo de la música popular y rock clásico, a través de los primeros formatos de distribución físicos y los fenómenos digitales de streaming como Spotify y YouTube, así como distintos artículos relacionados a la gráfica/estética de los grupos (y su respectiva producción de sentido), citados en la bibliografía del trabajo (Márquez, 2017; Muñoz Cañas, 2019; Suárez, 2018).

Marco metodológico:

En el siguiente trabajo nos proponemos, ubicados en esta instancia de producción discursiva y a partir de las herramientas metodológicas de la Semiótica, la Teoría de la Enunciación y de los discursos sociales, a comprobar los puntos establecidos en el objetivo general y en los tres objetivos específicos de esta investigación mencionados anteriormente: se tomará un enfoque metodológico *mixto* (triangulación), en el que se expondrán datos, observaciones, estadísticas, análisis de contenido, como también análisis del discurso, experiencia, significados compartidos. La metodología que implementa es triangulación metodológica, ya que se combinan metodología cualitativa y cuantitativa para abordar el objeto de estudio.

Se han seleccionado tres de los grupos más importantes y referentes de la historia del rock clásico: **The Beatles**, **The Rolling Stones** y **Creedence Clearwater Revival**. Fueron elegidos a partir de su un amplio repertorio, que recopila un importante margen de ventas (decenas de discos, sencillos y videos musicales, sobre todo en la década de los 60s), suman la mayor cantidad de reproducciones en plataformas de streaming, pertenecen al *Salón de la Fama del Rock And Roll* (Rock n' Roll Hall Of Fame) y han ganado numerosos premios y reconocimientos a lo largo de la historia.

Dentro de sus hits más memorables (teniendo en cuenta, no sólo la calidez y variedad musical de los mismos, sino, sus letras y lo que representaron para sus seguidores dado el determinado contexto social) fueron seleccionados “**Fortunate Son**” (CCR), “**Gimme Shelter**” (Stones) y “**Revolution**” (Beatles). Por supuesto, estas canciones y sus portadas/diseños gráficos contienen un determinado mensaje para comunicar su postura ideológica con respecto a determinadas problemáticas de la época.

Análisis:

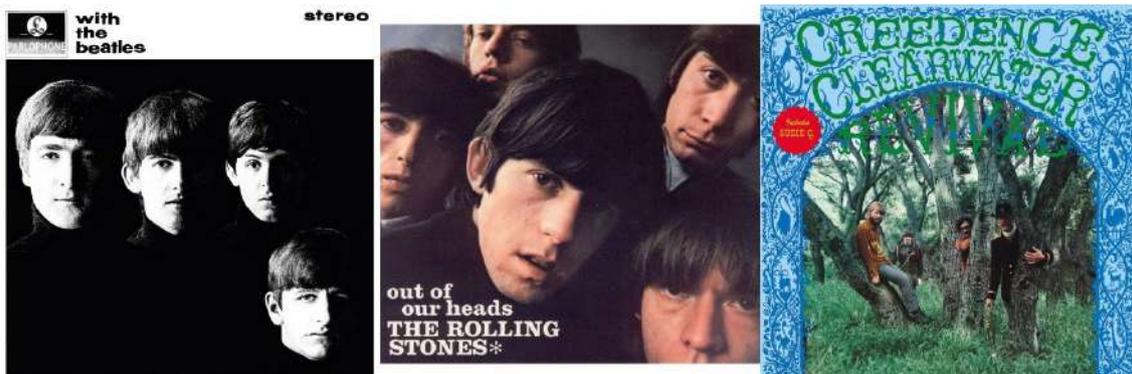
1. Estética y gráfica: la pintura que no se vence, se transforma

La construcción de identidad a partir de las tapas de discos (o más bien, gráficas de bandas para cualquier tipo de soporte) ha sido uno de los pilares en la constitución del género del rock más interesante de analizar, dado su enorme contribución a la cultura popular y el arte en general.

Es imposible no recordar a los Beatles cruzando la calle en la tapa de “*Abbey Road*” (1969), a David Bowie con su corte de cabello y ojos cerrados, atravesado por un rayo de pintura en su rostro en “*Alladin Sane*” (1973), la luz, el prisma y el arcoíris en “*The Dark Side of The Moon*” de Pink Floyd (1973) o la granada en forma de corazón en mano en “*American Idiot*” de Green Day (2004). Obras clásicas que continúan imitándose hoy en día.

Ahora bien, si se analizan y comparan, en este caso, las portadas de los primeros discos de **The Beatles**, como las de **The Rolling Stones** y **Creedence Clearwater Revival** (los dos primeros, surgidos a principios y el último a finales de los 60s) con los álbumes de los siguientes años, se hacen notar de un cambio importante en el discurso de las mismas: en una primera instancia, los miembros del grupo son presentados por sus discográficas en las portadas, parados uno al lado del otro o mostrando sus rostros en primer plano.

En las siguientes tapas, los integrantes fijan la mirada a la cámara, generando un cierto nivel de complicidad para con los enunciatarios (Verón, 1999).



With The Beatles (Parlaphone, 1963); Out of our heads (Decca, 1965); Creedence Clearwater Revival (Fantasy, 1968)

Como plantea Verón, “...las modalidades del decir son fundamentales a la hora de constituir un contrato de lectura, es decir el vínculo que se establece con el lector...”. Claramente se ve la intención de generar un vínculo con los seguidores en estas tapas. De esta forma, el contrato de lectura se hace efectivo.

De estos primeros años, surgieron grandes éxitos como “*Twist and Shout*”, “*I Saw Her Standing There*”, “*Love Me Do*”, “*Can’t Buy Me Love*”, “*A Hard Day’s Night*”, “*Help*”, “*Yesterday*” de **Beatles**; “*Satisfaction*”, “*Everybody Needs Somebody to Love*”, “*Paint it, Black*”, “*Under My Thumb*”, “*Let’s Spend The Night Together*” de los **Stones**; y las primeras reconocibles como “*Porteville*” de **CCR**. Canciones en su mayoría simples en tanto composición musical/instrumental, con melodías muy pegadizas y letras acerca de temáticas relacionadas al amor, la vida nocturna, la niñez, la adolescencia. Dichos álbumes fueron lanzados en el primer formato presentado en este trabajo: el **vinilo**.



Vinilos de los álbumes mencionados y expuestos anteriormente.

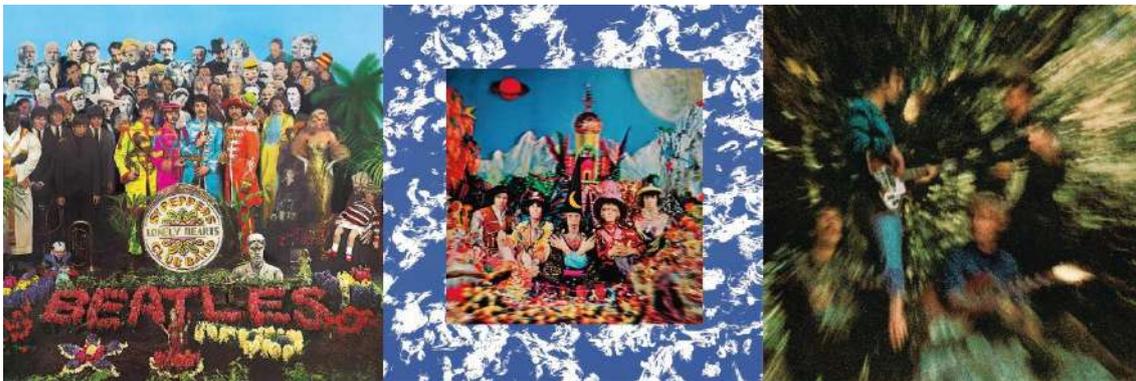
Este formato analógico de gran tamaño (300 mm de diámetro, espesor variable entre 1 a 3 mm) y redondo, acompañó la salida de los primeros trabajos de estos grupos, hasta fines de los años '70. En los mismos, se permitía un máximo de entre 40 y 45 minutos de almacenamiento de audio, que se reproducía a través de tocadiscos, generalmente conectados a un amplificador.

A mediados y fines de los 60s, comienza un gran cambio en The Beatles: ellos mismos interceden ahora en la creatividad de las portadas de sus discos, casi al mismo nivel como lo hacían en la composición e interpretación de las canciones. John Lennon, su líder, y Paul McCartney comienzan a sofisticar el grado de composición y experimentación en sus canciones, se suman a la creación del arte de las tapas y, al no presentarse más en vivo por decisión propia, configuran de esta manera su figura como enunciadores. Lo mismo sucede con los enunciarios, que pasan de ser “Beatlemaníacos” a oyentes más refinados.

De esta manera, el grupo se sumerge en el movimiento *psicodélico*, el cual remite al arte psicodélico, principalmente relacionado a alucinaciones a partir de drogas y un terreno de búsqueda sensorial fuera de cualquier límite impuesto por la conciencia y la vida diaria de la sociedad de ese momento. Este nuevo movimiento se ve trasladado en la nueva música y diseño.

Surgen discos tales como “*Revolver*” (1966), “*Magical Mystery Tour*” (1967), “*Yellow Submarine*” (1969) y su alma máter psicodélico, “*Sgt. Pepper and Lonely Hearts Club Band*” (1967), en el que se le suman al ya rock y pop habituales, estilos como jazz, baladas, música hindú, entre otros, bajo todo el tinte psicodélico: en este punto, las poses, vestimenta, dibujos, disfraces y espacios que muestran en sus tapas, al igual que en sus videoclips tales como el de la canción “*Strawberry Fields Forever*” (ver anexo), son compatibles con el arte psicodélico.

Mientras tanto, los Stones y CCR no se quedan atrás y se suman a este popular movimiento, que se encontraba aún más expuesto en Estados Unidos que en Inglaterra, con el denominado fenómeno *hippie* y su arduo activismo por la paz, en contra de la guerra de Vietnam. Lo hacen a través de discos como “*Between the Buttons*” (1967), “*Their Satanic Majesties Request*” (1967) de parte de los Rolling, con éxitos tales como “*Let’s Spend The Night Together*”, “*Ruby Tuesday*” o “*Something Happened to Me Yesterday*”, “*She’s a Rainbow*”, y “*Creedence Clearwater Revival*” (1968), “*Bayou Country*” (1969), que traían a “*I Put Spell On You*”, “*Suzie Q*”, “*Born On The Bayou*” y “*Proud Mary*” entre otros, por el lado de Creedence. Estos álbumes incluían tapas similares a las de *Sgt. Pepper*, con gráficas coloridas, más complejas y distorsionadas, cercanas a lo que podría producir los efectos alucinógenos de las drogas.

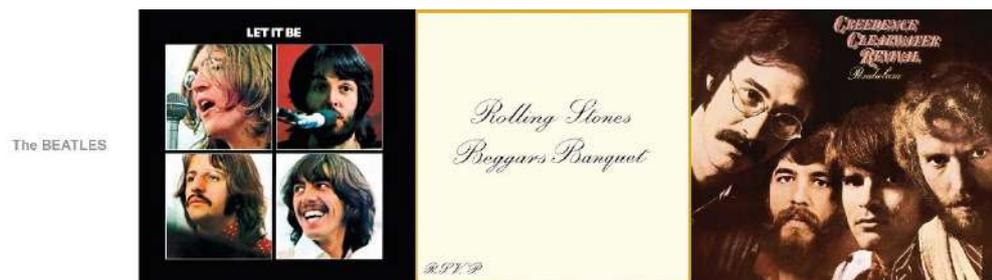


Sgt. Pepper and Lonely Hearts Club Band (Parlophone, 1967); *Their Satanic Majesties Request* (Decca, 1967); *Bayou Country* (Fantasy, 1969).

Si bien la *psicodelia* y el fenómeno *hippie* causó gran impacto a nivel mundial, en tanto su significado musical, la apología al consumo de estupefacientes de forma sutil en la mayoría de los casos, y sobre todo, las campañas pacíficas en contra de los conflictos bélicos (tema el cual se abordará más profundamente en el transcurso de este trabajo), este colorido período de paz y amor se desvaneció rápidamente: para fines de los '60 y

principios de los '70, los grupos mencionados dejaron atrás el movimiento para volver a sus raíces de rock and roll y pop tradicional (aunque con una notable mejora en el sonido y en la madurez de sus obras).

Es importante destacar que, tanto The Beatles como Creedence Clearwater Revival, dejaron de existir como grupo por diferentes motivos, diluyéndose para los años 1970 y 1972 respectivamente (sus miembros continuarían con sus respectivas carreras en solitario). En sus últimos años, los cuatro de Liverpool publicaron los exitosos *"The BEATLES"* (1968), *"Abbey Road"* (1969) y finalmente *"Let it Be"* (1970), plagados de hits como *"Back in the U.S.S.R"*, *"While My Guitar Gently Weeps"*, *"Come Together"*, *"Something"*, *"Here Comes the Sun"*, *"Get Back"* o *"Let It Be"*, volviendo a una portada minimalista en lo que se conoció como el "álbum blanco" en primer lugar, y personificando a sus miembros en los dos posteriores discos, similares a la primera época, configurando nuevamente al enunciador y enunciatarios.



The BEATLES (Apple, 1968); *Let It Be* (Apple, 1970); *Beggars Banquet* (Decca, 1968); *Pendulum* (Fantasy, 1970)

Lo mismo para los Stones y los californianos, quienes publican álbumes tales como *"Beggars Banquet"* (1968), *"Let It Bleed"* (1969), *"Sticky Fingers"* (1971) e *"It's Only Rock 'n' Roll"* (1974) (Rolling Stones), o *"Green River"* (1969), *"Willy and the Poor Boys"* (1969), *"Cosmo's Factory"* (1970) y *"Pendulum"* (1970) (Creedence), todos los mencionados, con pistas que mantenían cierta experimentación, pero más cercana al rock tradicional, imponiendo su sonido característico que distinguía a cada banda. Destaca *"Sympathy for the Devil"*, *"Gimme Shelter"*, *"You Can't Always Get What You Want"*, *"Brown Sugar"*, como también *"Bad Moon Rising"*, *"Lodi"*, *"Down On The Corner"*, *"Fortunate Son"*, *"Travelin' Band"* y *"Have You Ever Seen The Rain"*.

Para mediados de los '70 y comienzos de los '80, con The Beatles y Creedence ya disueltas, pero con The Rolling Stones aún en carrera, surge una nueva tecnología que acompaña los nuevos lanzamientos de los Stones, así como a los recopilatorios y relanzamientos de álbumes de las tres bandas: **es el momento clave en el que las**

antiguas publicaciones de estos grupos comienzan a adaptarse a los nuevos soportes, práctica que continuaría al día de hoy con las últimas tecnologías del mercado.

El **cassette**, soporte analógico que contaba con dos carretes en miniatura (10 × 6,5 × 0,9 cm de tamaño, hasta unos 120 minutos de capacidad de almacenamiento), entre los cuales pasaba una cinta magnética (ver anexo), se convirtió en el nuevo medio para transportar y almacenar audio en la época (que años más tarde tendría la posibilidad de reproducirse en las unidades de los automóviles, popularmente conocidos como “estéreos”). Se reproducían en grabadoras y equipos de reproducción específicos para este soporte, para luego crecer en popularidad en los '80, con la llegada de los “walkman”, cuyo tamaño no era mucho mayor al del cassette. Si bien este soporte había sido lanzado en 1962, no fue hasta la llegada del walkman que su uso comenzó a incrementarse, para dejar en segundo lugar al vinilo.

Para estos tiempos, The Rolling Stones continúan en la cima del rock ‘n’ roll con los lanzamientos de álbumes como “*Emotional Rescue*” (1980), “*Tattoo You*” (1981), “*Dirty Work*” (1986) y “*Steel Wheels*” (1989), sumado al tema que sería su último gran hit a la altura de sus primeros trabajos, “*Start Me Up*”.



Tattoo You (Virgin, 1981); 20 Greatest Hits (1982); Chronicle n°1 (Fantasy, 1976).

Paralelamente, The Beatles y CCR comienzan su primer período de lanzamiento de recopilaciones y recitales en directo, que además contenían pistas inéditas y/o contenido extra. Por supuesto, estos recopilatorios tenían una producción al nivel de la época, mucho mejor al momento que esas canciones fueran originalmente lanzadas y, por último, pero no menos importante, competían al mismo nivel que las publicaciones de tiempos en los que estos grupos continuaban juntos. Se destacan obras como “*The Beatles/1962-1966*” (1973), “*The Beatles/1967-1970*” (1973), “*Past Masters – Volume One/Two*” (1988) por parte de los Beatles, o “*Chronicle n°1*” (1976) de CCR.

Si bien estos trabajos fueron lanzados años más tarde del apogeo de sus grupos, ya una segunda generación comenzaba a tomarlos a gusto como lo había hecho la generación contemporánea a los artistas, sumada a la popularidad y éxito del trabajo en solitario de John Lennon, Paul McCartney y George Harrison, como también el reencuentro con el éxito del líder de Creedence, John Fogerty, a mediados de los '80 con su disco "*Centerfield*" (1985). La vestimenta a la moda, los bailes de Mick Jagger, y el arte conceptual y actos pacifistas de Lennon harían conmover a sus seguidores, aún más con la trágica muerte del carismático líder de The Beatles en diciembre de 1980.

Fue en el año 1982, cuando comienza a comercializarse el **CD** (disco compacto), la gran novedad del mercado. Este formato redondo, con su peculiar atractivo, siendo el primer sistema de grabación óptica digital en lanzarse, que lograba una mayor capacidad de almacenamiento y permitía no solo almacenar audio sino también imágenes de fotografía y video (sofisticándose aún más al ingresar al mundo informático y almacenar otro tipo de datos), desplazó completamente la utilización del cassette años más tarde, al punto de que ninguna discográfica volvería a trabajar con ese formato.

Para las décadas del '90 y '00, el CD se convierte en el principal medio de distribución de audio a nivel mundial. En esta época, tanto los Stones como McCartney y Fogerty, comienzan a priorizar las giras y conciertos en vivo a lo largo del planeta, y las sesiones de grabación de material original pasan a ser menos frecuentes que en años anteriores.

Sin embargo, cada gira (que tenían años de duración) era acompañada con un nuevo álbum bajo el brazo. Ellos mismos reemplazan la palabra "álbum" y, al interpretar nuevas canciones en directo, lo refieren al público como "mi nuevo CD". Destaca los álbumes (o CDs) "*Voodoo Lounge*" (1994) y "*Bridges To Babylon*" (1997) de los Rolling, además de los lanzamientos en solitario de McCartney y Fogerty (que comienzan a interpretar con mayor frecuencia sus éxitos de la vieja época en grupo), tales como "*Flaming Pie*" (1997) o "*Blue Moon Swamp*" (1997), sumado a nuevos recopilatorios de The Beatles y CCR, como "*Anthology 1/2/3*" (1995/1996), "*Love*" (2006) y "*Best Of*" (2008). Las originales, obras en su mayoría conceptuales en tanto gráfica, con relación directa al título del álbum (que también solían adaptar el diseño de la portada en la piel del propio CD).



Bridges To Babylon (Virgin, 1997); Flaming Pie (Parlophone/EMI, 1997); Blue Moon Swamp (Warner Bros, 1997).

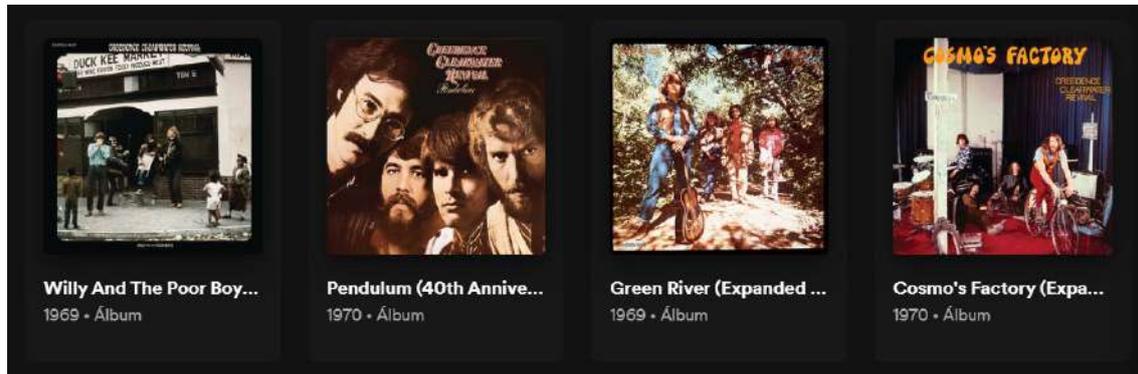
En “*Bridges to Babylon*”, figura un León feroz a punto de atacar, inspirado en el arte babilónico, diseño que adaptaban también en el escenario en la gira para el mencionado disco y pretendía volver una vez más al sonido clásico de las primeras décadas. Es en esta época en que se asienta el término “*Rollinga*” en Argentina, y una especie de subcultura que imitaba el corte de cabello de los Stones de los años ‘70 y los bailes de Jagger se vuelve masiva y se consolida en su primera visita a Buenos Aires en 1995.

Durante todas estas décadas en donde reinaron los soportes físicos, las discográficas vendieron miles de millones de álbumes y las presentaciones en vivo eran algo secundario. Pero todo cambiaría con la llegada de la famosa *piratería* al llegar el internet a los hogares a principios del siglo XXI, más precisamente con el lanzamiento del fenómeno *Napster* creado por Shawn Fanning, que consistía de un servicio de archivos compartidos en los que permitía a los usuarios descargar y compartir música sin ninguna compensación para los propietarios de los derechos. A pesar de la rápida interrupción de este servicio ante las demandas, el daño ya estaba hecho: surgieron decenas de servicios similares que expandirían la piratería online en el mundo durante años, provocando una baja considerable (por no decir, casi total) de la venta de productos musicales físicos.

La industria musical se vio patas para arriba y encontró la urgente necesidad de reinventarse ante este nuevo desafío digital: la invención de las **plataformas de streaming**, tales como *YouTube* (video y audio, la favorita hoy en día) y *Spotify* (número uno en plataformas de música), sostenidas a partir de la *monetización* a base de reproducciones y publicidad en su formato gratuito (*freemium*) o suscripción paga sin ningún tipo de anuncio (*premium*), se encargan de rediseñar las reglas del mercado (Wikström, 2013).

Para este nuevo formato, las discográficas representantes de estos conjuntos crean los canales oficiales para las distintas plataformas, así como también lo hacen paralelamente con la creación de contenido audiovisual para los canales de las plataformas sociales

principales como *Facebook*, *Instagram*, *Tik Tok*, entre otras (a modo de refuerzo y retroalimentación), y comparten todo el trabajo discográfico de las bandas, para que los seguidores accedan de manera online, en tiempo real y desde cualquier parte del mundo a través de smartphones, computadores, tablet y smart tv y todo dispositivo similar.



Vista de los principales álbumes “recomendados” de CCR en Spotify.

La gran variedad de opciones, visualizaciones, apartados y el amigable interfaz de este tipo de plataformas les permitió difundir el contenido gráfico original, con las portadas originales de los álbumes, los nuevos lanzamientos y la particularidad de reinventar estas mismas imágenes históricas a partir de las nuevas tecnologías de animación, dándole un nuevo sabor y frescura a los discos, modernos y renovados, pero sin dejar atrás la esencia de los mismos.

Lo mismo sucede con las distintas versiones de los elementos identitarios (símbolos) de los grupos, como el caso de sus respectivos logos, que van tomando distintas adaptaciones y/o modificaciones a lo largo de la historia de los soportes, mucho más profunda y cambiante en este mundo digital que en el físico, dada la facilidad que permite el avance tecnológico.

Nuevos lanzamientos de los Stones se ven reflejados en las plataformas, con el respectivo diseño en las campañas digitales y giras del presente. Por ejemplo, para el año 2022, con motivo de sus 60 años de carrera y sus presentaciones en directo para celebrar la histórica ocasión, se presentó una nueva versión de su histórico logotipo de la boca roja con la lengua fuera, acompañado de la palabra “Sixty” (sesenta). Este tipo de campañas se replican en todas las plataformas sociales del grupo, asignando y unificando un sentido en el mensaje que se quiere transmitir.



Vista parcial del canal oficial en YouTube de The Rolling Stones, con la foto de portada de la gira "Sixty".

Además, en plataformas como Disney + (Disney Plus) o Netflix, se han lanzado documentales de diferentes instancias tanto de The Beatles como The Rolling Stones. En 2021, la plataforma del ratón Mickey lanzó el documental de tres episodios titulado "The Beatles: Get Back", que presenta a los músicos en su última etapa juntos en las sesiones de "Let it Be" (1970) y el famoso concierto en la azotea, con extenso material nunca antes visto. Dicho musical fue distribuido y promocionado por todos los canales oficiales del conjunto, con gran éxito y aceptación de la crítica y el público en general.



Portada del documental "The Beatles: Get Back" (Disney +, 2021)

Tras el éxito del documental de The Beatles, la compañía que maneja los derechos de Creedence (Craft Recording) planea lanzar un nuevo documental al mismo estilo que el de los cuatro de Liverpool, mostrando contenido inédito de sus años dorados, bajo el título de "Travelin' Band", uno de los éxitos más grande de CCR, que lanzó un nuevo videoclip del mismo utilizado como tráiler.

2. La rebeldía clásica

En la tan anteriormente mencionada década de los '60, estos grupos le llegarían muy profundamente a los jóvenes de la época no sólo por su música, vestimenta, moda, poses y demás, sino por el trasfondo en las letras de varias de sus obras más importantes.

Muchas de ellas hablaban acerca del amor y la adolescencia en tiempos de la era *hippie*, y otras tantas resonaban fuerte tanto en sectores políticos como en la opinión pública al enfrentarse a uno de los conflictos bélicos más famosos de la historia: la guerra de Vietnam.

Si bien se escribieron varias obras en protesta a este conflicto, seleccionamos tres de ellas:

-Revolution (Revolución): escrita por el líder Beatle John Lennon y lanzada como lado B del sencillo que compartió con “Hey Jude” en 1968 (existió una versión más lenta incluida en The BEATLES de 1968).

Se la conoció como la primera canción del grupo en hablar abiertamente de la política, en la que Lennon arremetía contra las represalias a estudiantes de diferentes partes del mundo que se manifestaban en contra de la violencia, el servicio militar obligatorio y la guerra de Vietnam, proponiendo un desafío a la casta política sobre cómo revolucionar las cosas, partiendo desde la paz. "Quise decir lo que pensaba de la revolución. Sentí que era hora de hablar, era hora de por fin responder a las preguntas sobre la guerra de Vietnam", diría Lennon en 1970 (Anthology, 2000). Dicha obra, fue la primera en utilizar tales distorsiones en sus guitarras, principalmente en la de Lennon.

-Fortunate Son (Hijo afortunado): una de las canciones más populares y representativas de Creedence Clearwater Revival (con un claro tinte más pesado que sus anteriores trabajos), escrita por su líder John Fogerty y lanzada como lado B del single que compartió con “Down On The Corner”, ambas pistas incluidas en el álbum “Willy and the Poor Boys” de 1969.

La canción habla de las diferencias entre las distintas clases sociales estadounidenses, y la corrupción de lo más acomodados al poder de una manera u otra, evadir el servicio militar, que muy probablemente los conduciría junto con los menos afortunados a la batalla en Vietnam. Fogerty admitiría para la revista *Rolling Stone* que el tema fue inspirado por la relación entre David Eisenhower, nieto del presidente Dwight Eisenhower y Julie Nixon, hija del presidente Richard Nixon, en 1968. "Julie Nixon

estaba saliendo con David Eisenhower, y daba la sensación de que esta gente no estaba comprometida con la guerra. En 1969, la mayoría del país pensaba que las tropas tenían la moral muy alta, y que algo así como el ochenta por ciento de ellas estaba a favor de la guerra. Pero para los que mirábamos más de cerca, sabíamos que estábamos metiéndonos en problemas", declaró el cantante (Sonfacts, 2010). Es importante aclarar que el propio Fogerty vivió en carne propia el servicio militar y estuvo a punto de ser reclutado para la guerra, junto a su compañero de banda, Doug Clifford.

Dicha canción, sería utilizada posteriormente en muchas películas, videojuegos y videos en internet, tales como *Forrest Gump* o *Live Free or Die Hard*, *Escuadrón Suicida*, *Battlefield*, *Guitar Hero*, *Call of Duty*, *Grand Theft Auto*, entre otros.

-Gimme Shelter (Dame refugio): canción escrita por Mick Jagger y Keith Richards, para el álbum de The Rolling Stones "Let It Bleed" de 1969. Un *blues rock* acercándose a un sonido más *hard* (al igual que *Fortunate Son*), que hablaba de la guerra, el asesinato y la violación, que están "a solo un tiro de distancia" (*It's just a shot away*), como dice la línea principal del tema.

Como todo el disco, la canción fue inspirada en los sucesos que atravesaron la guerra de Vietnam. Jagger afirmaría al respecto: "Creo que sí. Aunque estaba viviendo en los Estados Unidos sólo parcialmente, me influía. Pasaban todas aquellas imágenes por la televisión. Además, estaban las manifestaciones universitarias".

La pista aparece también a menudo en películas como *Goodfellas*, *Casino* y *The Departed*, así como la serie *Los Simpson*, y en videojuegos tales como *Rock Band* y *Call of Duty*.

Ahora bien, todas estas obras fueron replicadas en los medios en distintos tramos de la historia, sobre todo cuando se volvía a transitar un conflicto bélico similar a Vietnam, como lo fue la *Guerra del Golfo* en los primeros años de la década de 1990, luego en la *Guerra de Irak* (2003-2011) y en la actualidad, muchos jóvenes de hoy se ven identificados con sus letras en la presente *Guerra ruso-ucraniana*, provocando las manifestaciones a lo largo del mundo en contra de este enfrentamiento, y utilizando estas canciones en las mismas y en actos políticos en contra intensificación de la guerra.

Tanto Paul McCartney como Mick Jagger se pronunciaron en los medios de comunicación y en sus conciertos portando banderas ucranianas en contra de la guerra,

en apoyo a las víctimas civiles de Ucrania. “Les mandamos nuestro amor y apoyo”, afirmaría McCartney, luego de interpretar la canción de su amigo Lennon “*Give Peace a Chance*” (*dale una oportunidad a la paz*).

Mientras que John Fogerty, en un acto de irónico por parte de Donald Trump, le prohibió utilizar dicha canción al presidente en su campaña de reelección en 2020, ya que para Fogerty el mismo Trump era un “Fortunate Son” de lo que se refería en la canción:

“Me opongo a que el presidente use mi canción para su campaña. Está usando mis palabras y mi voz para transmitir un mensaje que no apoyo. Escribí esta canción porque, como veterano, me disgustaba que se permitiera excluir a algunas personas de servir a nuestro país porque tenían acceso a privilegios políticos y financieros. También escribí sobre personas ricas que no pagan su parte justa de impuestos. El Sr. Trump es un excelente ejemplo de estos dos problemas”, escribió Fogerty en un comunicado publicado en sus redes sociales. Y agregó: “El hecho de que el Sr. Trump también avive las llamas del odio, el racismo y el miedo mientras reescribe la historia reciente es una razón aún mayor para estar preocupado por el uso que hace de mi canción” (Greene, 2020).

Una y otra vez, la rebeldía en contra de la corrupción política y los conflictos bélicos se hace presente como si la vida fuera un círculo que vuelve al mismo lugar. Pero quizás, al repetirse la historia, estos discursos en forma de canciones populares se convierten en clásicos argumentos para enfrentar las injusticias.

3. Los *Number 1* del rock clásico, ¿y de la música popular?

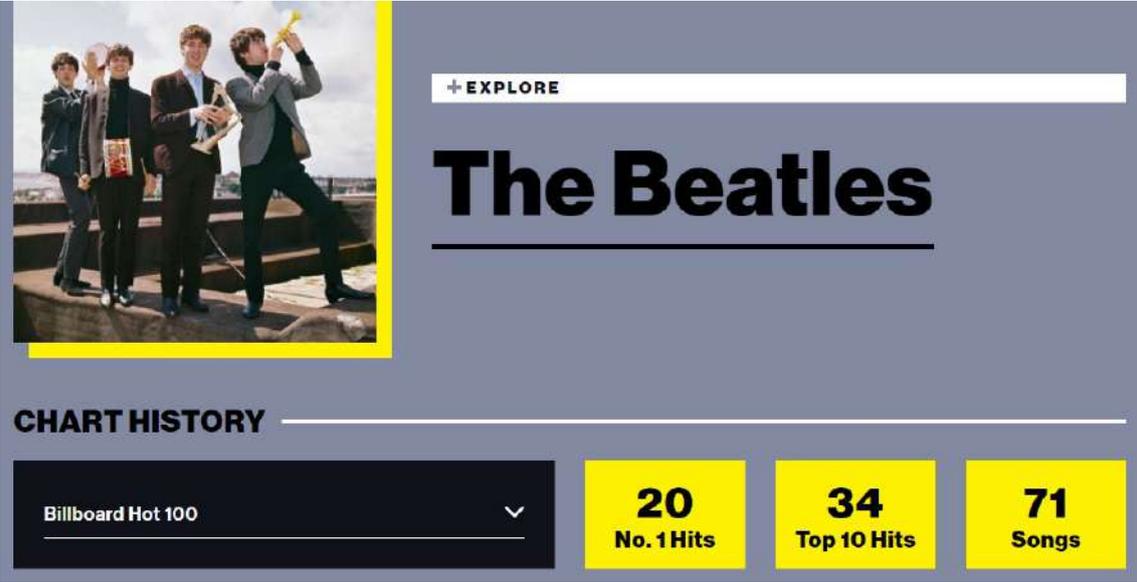
Es cierto que, como se expuso anteriormente, la industria musical sufrió grandes cambios a lo largo de la historia (Wikström, 2013), pasando de los nostálgicos soportes físicos como el vinilo (que tuvo un resurgimiento en los últimos años), el cassette y el CD, a los medios digitales de la actualidad. Sin embargo, estos grupos supieron estar en la cima desde sus años dorados hasta hoy en día: The Beatles es actualmente el grupo más exitosamente comercial de la histórica, con más de 419 millones de ventas (*Guinness World Record*), mientras que The Rolling Stones se asoma con 242 millones y Creedence Clearwater Revival un poco más abajo con 93 millones, según *Chartmasters* y su lista de los artistas con más ventas de todos los tiempos, que contempla discos de estudio, LPs, singles físicos, singles digitales y streaming (ver anexo).

#	PIC	ARTIST	TOTAL C5PC	STUDIO ALBUMS SALES	OTHER LPS SALES	PHYSICAL SINGLES SALES	DIGITAL SINGLES SALES	SALES UPDATE	STREAMS EAS (UPDATE)
1		The Beatles	419,768,000	160,650,000	203,392,000	116,080,000	35,230,000	03/01/17	15,618,000 (06/24/22)
6		The Rolling Stones	242,423,000	113,800,000	92,495,000	72,770,000	46,200,000	12/03/16	7,366,000 (06/09/22)
56		Creedence Clearwater Revival	93,127,000	33,135,000	45,489,000	22,570,000	14,600,000	01/31/19	5,220,000 (06/24/22)

Lista elaborada por Chartmasters, el sitio web analista especializado en ventas de la historia de la industria musical.

En Spotify, la plataforma musical más visitada mundialmente, los Beatles cuentan con 26 millones de oyentes mensuales y sus 10 principales canciones de la plataforma tienen entre 200 y 800 millones de reproducciones cada una; mientras que los Stones contemplan 21 millones de oyentes mensuales y sus 10 principales hits tienen entre 100 y 700 millones de reproducciones cada una; al mismo tiempo, Creedence alcanza los 17 millones de oyentes mensuales y su Top 10 de canciones van de 100 a 800 millones de reproducciones.

Además, uno de los fuertes de Spotify son las *playlist* oficiales de la plataforma y estos artistas y sus canciones siempre se encuentran en las principales relacionadas al rock clásico, como “Best of Rock: 1970”, “Rock Classics”, “60s Rock Anthems”, entre muchas otras.



+ EXPLORE

The Beatles

CHART HISTORY

Billboard Hot 100 ▼

- 20** No. 1 Hits
- 34** Top 10 Hits
- 71** Songs

Portada de la lista “Billboard Hot 100” de Billboard para The Beatles.

Si los comparamos con otros grupos actuales, de los que más se acercan al rock clásico, como *Foo Fighters* (15 millones de oyentes), *Green Day* (20 millones de escuchas) o los jóvenes de *Greta Van Fleet* (3 millones), conjuntos que lideran las listas de los principales

festivales de música rock y pop, vemos que los números apenas se acercan, a pesar de ser más contemporáneos a estos medios de distribución digitales y a la juventud actual en sí.

En la revista *Billboard*, la más popular en información musical, que elabora las listas musicales más prestigiosas tales como “Billboard Hot 100”, en los cuales The Beatles cuenta con 20 número 1 en sencillos y 71 canciones en el top 100; The Rolling Stones con 8 número 1 y un total de 57 canciones en el top 100; mientras que CCR nunca obtuvo un número en sencillos hasta julio de 2021 con “*Have You Ever Seen The Rain*” (Abrams, 2021), en el Top Digital de Billboard, aunque gozó de varios n°1 en US Billboard 200.

4. Bonus Track: el impacto de la “Youtubificación” en los jóvenes autodidactas

Como se mencionó anteriormente, YouTube se convirtió poco después de su lanzamiento en 2005 hasta el día de hoy, en la fuente de consulta más visitada a la hora de aprender canciones en la guitarra, bajo u otro instrumento. Los jóvenes de esta época, a diferencia de las antiguas generaciones, tienen la posibilidad de aprender a través de otros usuarios que publican tutoriales de canciones populares a dar sus primeros pasos en el mundo de la interpretación musical.

¿Qué canciones o artistas son los más comunes de ver en este tipo de videos? Así es, los tres mencionados en este trabajo, no sólo por su extensa carrera, fama y prestigio, sino porque muchos de sus temas clásicos tienen la simpleza necesaria y los riffs de guitarra más populares para que chicos y chicas se inserten en el mundo de los músicos.

Conclusión:

En este trabajo aprendimos sobre el rock clásico: su significado, importancia y representación en base al recorrido de tres de los grupos más importantes de la historia de la música popular. Su influencia, obra, estética, gráfica, enorme legado, sus números, récords, su adaptación a los nuevos formatos de distribución y, más que nada, su aporte a la sociedad y a las generaciones que continúan imitando y aprendiendo no sólo de su música sino de la historia en sí.

Y no sólo generaciones que podían entender su idioma (inglés) o que vivían directamente en países de habla inglesa, ya que ni la distancia, ni el tiempo pudo trabar el mensaje de

estas bandas, que también fue tomado y abrazado por Latinoamérica y otras culturas del planeta, a través del baile en las primeras décadas y hoy, con los avances tecnológicos que permiten entenderla y revisitarla de forma más precisa.

Hoy en día, los miembros sobrevivientes de estos grupos siguen llevando a lo largo del mundo la flameante bandera del rock clásico, que continúa esparciendo la moda, los movimientos, la rebeldía contra las injusticias y el poder corrupto, el amor y la paz, a más de cuatro generaciones que cantan sus canciones en conciertos como si fueran propias, porque en realidad, lo fueron, lo son y siempre lo serán.

Anexo:

-A través de este QR o el siguiente link, podrá acceder a una carpeta con imágenes y contenido complementario al trabajo:



<https://drive.google.com/drive/folders/10j5IUu3KrVto4YN254H0cykxoqakhtUg?usp=sharing>

Bibliografía:

-Fuentes de consulta en Internet:

-Abrams, Ken. (2021). "50 years later, Creedence's "Have You Ever Seen the Rain" hits #1 in the charts". Recuperado de: <https://whatsupnewp.com/2021/07/50-years-later-creedences-have-you-ever-seen-the-rain-hits-1-in-the-charts/>

-Ávila Torres, Víctor. (2016). "Mediaciones: pensar la música como tecnología y la comunicación como música", en Revista Iberoamericana de Comunicación, Universidad Iberoamericana. Recuperado de: <https://ric.ibero.mx/index.php/ric/article/view/86/70>

-Benveniste, E. (1969,1995). Problemas de lingüística general. 13ª edición. Méjico: Siglo XXI. Recuperado de:

<https://lamanchagrisdf.files.wordpress.com/2013/09/125422325-emile-benveniste-problemas-de-linguistica-general-1.pdf>.

-Chartmasters. "Best selling artists of all-time". Recuperado de:

<https://chartmasters.org/best-selling-artists-of-all-time/>

-Greene, Andy. "John Fogerty Sends Cease and Desist to Trump Campaign Over Use of 'Fortunate Son' at Rallies", Rolling Stone (16 de octubre de 2020). Recuperado de:

<https://www.rollingstone.com/music/music-news/john-fogerty-cease-and-desist-order-trump-fortunate-son-1076914/>

-Guinness World Records. "Best-selling group". Recuperado de:

<https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/best-selling-group>

-Hickey, Walt (2014). "Classic Rock Started with the Beatles and Ended with Nirvana". fivethirtyeight.com. ABC News Internet Ventures. Recuperado de:

<https://fivethirtyeight.com/features/classic-rock-started-with-the-beatles-and-ended-with-nirvana/>

-Márquez, Israel. (2017). "Nuevas prácticas de creación, distribución, consumo y 'socialidad': La 'YouTubificación' de la música", en Telos106, Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad. Recuperado de:

<https://telos.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/2017/11/TELOS106.pdf#page=73>

-Muñoz Cañas, Felipe. (2019). “Patrones de propagación de éxitos musicales en Spotify”, en Universidad de Los Lagos, Magister en tecnologías de la información.

Recuperado de: https://www.mti.cl/wp-content/uploads/2020/01/Informe_Tesina_FelipeMun%CC%83oz.pdf

-Songfacts (2010). «Fortunate Son Songfacts». Songfacts.com. Recuperado de:

<https://www.songfacts.com/facts/creedence-clearwater-revival/fortunate-son>

-Spotify. Recuperado de:

<https://open.spotify.com/artist/3IYUhFvPQItj6xySrBmZkd?si=sbb2Pmo9R0i7hL5LOBenzg>

<https://open.spotify.com/artist/3WrFJ7ztbogyGnTHbHJfI2?si=G5Q7dxNQAOW-TRTpL1sCw>

<https://open.spotify.com/artist/22bE4uQ6baNwSHPVcDxLCe?si=fxmQ1VVPTa6nOXBTVmKP5g>

<https://open.spotify.com/artist/7jy3rLJdDQY21OgRLCZ9sD?si=pKH1A0IaQh6rx7SALKo6-w>

<https://open.spotify.com/artist/7oPftvlwr6VrsViSDV7fJY?si=hjGSFhBdR0ietVQy90Wjww>

<https://open.spotify.com/artist/4NpFxQe2UvRCAjto3JqISl?si=GEgRBrb-QFCza7HiCzi4SA>

-Suárez, B. (2018) Los chicos de la tapa: Figuración de la transformación musical en las portadas de los discos de The Beatles (1966-1970). Revista Chilena de Semiótica, 9 (7–22). Recuperado de: https://www.academia.edu/38092584/Los_chicos_de_la_tapa

-The Beatles Anthology. Seuil. 2000. pp. 298-299

-Umaschi, Sebastián. (2019). “La transición digital en la industria de la música: Caso Spotify”, en Universidad de San Andrés. Recuperado de:

<https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16735/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.G.%20Cont.%20Umaschi%2c%20Sebasti%c3%a1n%20Ariel.pdf>

-Verón, E. (1987,1996). *La Semiosis Social*, 1ª reimpression, Barcelona, Gedisa

Recuperado de: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/1639/licatacuyo14.pdf

-Verón, E. (1996). La semiosis social. Barcelona: Gedisa.. Recuperado de:

http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=6

-Verón, E. (1999). *Esto no es un libro*, Barcelona, Gedisa. Recuperado de:

<https://tallerdesemio.files.wordpress.com/2016/03/paratexto-de-esto-no-es-un-libro.pdf>

-Wenner, Jann. "Jagger Remembers", Rolling Stone (14 de diciembre de 1995).

Recuperado de:

https://web.archive.org/web/20070613021207/http://www.rollingstone.com/news/cover_story/mick_jagger_remembers/page/3

-Wikström, Patrick. (2013). "La industria musical en una era de distribución digital", en C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas, Madrid, BBVA. Recuperado de:

<https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>