

LA CONSTRUCCIÓN DE GÉNEROS MUSICALES A PARTIR DE LA INTERACCIÓN ENTRE INDUSTRIA Y CULTURA. EL CASO DEL POSTPUNK

Evelin Yañez - Guillermo Julián Chambó
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Bellas Artes

Resumen

Industria y cultura se retroalimentan en un constante redescubrimiento de nuevas formas que definen una estética en particular; en este sentido, las rupturas con un modelo fuertemente establecido y consolidado se vieron movilizadas por una impronta crítica y consciente que atravesó todos los ámbitos y agentes que intervienen en la producción musical, proponiendo una revisión de los elementos constitutivos y definitorios de los géneros musicales. A su vez, el modo en que se utilizan las tecnologías ha definido la sonoridad de los diversos géneros, en cuya escucha se puede identificar una forma de producción específica y una manifestación de la cultura de una sociedad en particular. En esta fugaz visualización acerca de las influencias de las multinacionales sobre la música generada en una época específica, y la manera en que se aborda la producción cultural desde las discográficas independientes, abordaremos se abordará el análisis de los distintos factores que hacen a la constitución de un género musical.

Palabras claves

Industria discográfica - Género musical - Cultura juvenil - Tecnología Postpunk

Introducción

La juventud se ha hecho oír a través de las generaciones, en la búsqueda de un sonido nuevo, diferente y “moderno” que refleje el mundo que los rodea. El gran aporte de las tecnologías ha posibilitado la definición de un sonido particular, dando lugar también, a nuevos agentes especializados que participan en la producción musical.

A mediados del siglo XX el rock and roll estadounidense se convirtió en la música joven por antonomasia, consolidándose como género musical a partir de un proceso de interacción entre las necesidades sociales de una juventud que buscaba una música distinta a la que hacían y consumían sus padres, y una industria discográfica que se encargó de “ordenar cualquier confusión potencial en su definición (como género) mediante técnicas de gestión estratégica” (Negus: 1999). Casi veinte años más tarde, en 1977, surgió en la escena musical inglesa un movimiento que se asumió como una reacción consciente ante una propuesta estética que creían fosilizada, y buscó romper con sus estructuras tanto a nivel sonoro, como en cuanto en los modos de producción y difusión de su música.

Los cambios que han modificado la producción y recepción de la música en los dos momentos históricos antes mencionados, se enmarcan en una sociedad industrializada en la cual el mercado cultural ha desarrollado un camino propio a partir

de la segunda mitad del siglo XX. En este sentido, el presente trabajo se propone analizar las características estéticas y de producción y difusión alternativa que propuso el movimiento de bandas emergentes conocido como *postpunk* (Simon Reynolds, 2005), haciendo énfasis en los cambios y continuidades en relación a las *prácticas de género* (Negus: 1999) asociadas al rock, frente a las cuales este colectivo se presentó como contrapropuesta.

En el desarrollo del trabajo tomaremos los aportes teóricos de Keith Negus en su propuesta de pensar “*la industria como productora de cultura*” y “*la cultura como productora de industria*” (Keith Negus, 1999), fundamentalmente a partir de la idea de que en la definición de los géneros musicales, las prácticas de género “se enfrentan continuamente a su traslación a reglas codificadas, convenciones y expectativas, no sólo como melodías, timbres y ritmos, sino también en términos de expectativas del público, categorías de mercado, y hábitos de consumo”. A su vez, tomaremos el análisis con Paul Théberge en relación a cómo “las prácticas del pop redefinen constantemente las tecnologías de la música por mediación de usos alternativos o inesperados” (Théberge, 2006), cuando abordemos la propuesta alternativa de producción y difusión musical del postpunk, en relación a los sellos independientes.

Sentimiento de urgencia

“Ave, rock ‘n’ roll, líbrame de los viejos tiempos” (“Maybellene”, Chuck Berry)

Hasta nuestros días, el imaginario popular del rock se ha relacionado a un estereotipo que abarca no sólo un sonido, sino también una actitud estética y moral con la cual la juventud de mediados de siglo XX se identificó, conformando una cultura pop que se alzó para romper con lo establecido socialmente. Pero el advenimiento del rock and roll no fue abiertamente aceptado desde un principio por las discográficas tradicionales y los editores; no apostaron al movimiento que comenzaba a gestarse por considerarlo una moda pasajera. Así, mientras un grupo de artistas surgía en la escena sureña con un sonido salvaje, espontáneo y una estridente voz que aullaba letras de contenido sexual, *Tin Pan Alley*¹ buscaba hacer del rock and roll una música más accesible al oído neoyorkino, suavizando grandes éxitos para un público blanco. Basta escuchar la versión de “Tutti Frutti” interpretada por Pat Boone, para reconocer que aquel sonido nada tenía que ver con el rock. Inevitablemente fueron las composiciones de Little Richard las que se catapultaron frente a la gran industria colocándose en el top 10 de difusión radial. ¿Qué elementos hicieron que se prefiriera una versión por sobre la otra?, ¿Qué implicancia tuvieron las respectivas discográficas en el fracaso y el éxito de un determinado artista o canción?. Podría anticiparse la idea de que los sencillos más exitosos del rock and roll fueron producidos por grandes sellos, pero en el momento de su surgimiento, grandes figuras como Little Richard, Chuck Berry y James Brown, grabaron en discográficas independientes del sur de los Estados Unidos, como Specialty. El rock ya había plantado su bandera siendo identificable por sus características sonoras y fueron los radioescuchas quienes lo adoptaron y lo incluyeron en sus rituales.

Si la música es una práctica humana de carácter universal, entonces la experiencia de la música es, en esencia, una práctica humanizadora, una suerte

¹ Tin Pan Alley es un término que designa a un grupo de productores y compositores musicales centrados en la ciudad de Nueva York que dominaron la música popular estadounidense durante los últimos años del siglo XIX y comienzos del siglo XX.

de ideal de sociabilidad, una manera de hacernos sentir en comunión y compromiso con otros seres. Y esto es precisamente lo que proporciona a la industria su oportunidad para ganar dinero con la música: la experiencia musical nos es tan valiosa que ese valor puede traducirse en términos comerciales. (Simon Firth, 2006: 55)

Así, la apuesta por parte de las grandes discográficas llegó una vez establecida la práctica social juvenil, tanto en la experiencia socializadora como en la intimidad de un gramófono portátil o un transistor de radio. Keith Negus propone la expresión “la cultura produce industria” para reflejar que la conformación de los géneros musicales tiene lugar en prácticas culturales más amplias, que abarcan tanto al público consumidor como a los empleados de las industrias discográficas, y que ésta forma parte de la producción en la medida en que toma en consideración las características culturales de determinado grupo social.

Imagen pública

“Alguien tenía que pararme/ no seré tratado como la propiedad de nadie” (“Public Image”, Public Image Ltd.)

En 1955, Gene Vincent, compuso una canción que fue grabada para el sello Capitol, y que se convirtió en un gran éxito, vendiendo medio millón de copias en 1956: “Be-bop-a-Lula”. La interpretación vocal de Vincent cargada de agresividad e intimidación contrastaba con su imagen pública, y a criterio del empresario Jack Good, era un punto a modificar. Y es que *era necesario* que existiera una correspondencia entre su música y su actitud frente a la vida; para tener un “estilo de vida roquero” sólo hacía falta “vestir chupas de cuero negro, destrozarse televisores, beber Jack Daniel’s a morro y colocarse con heroína” (Stanley 2005: 29). Estas ideas sobre el estilo de vida del músico de rock, fueron fruto del vínculo que tuvo el género con el cine a partir de 1955 (De Arcos:2006). El mismo año que Vincent compuso su primer éxito, el director Richard Brooks estrenó *Semilla de maldad*, película que contribuyó a la construcción, ante la sociedad, de un estereotipo de juventud y del rock que, por antonomasia, era la música joven.

¿Significa, entonces, que es necesario responder a un estereotipo creado por la industria para obtener el éxito comercial? La idea de una industria de la cultura sugiere, por un lado, que los procesos manufactureros aplicados a la actividad cultural involucrarían un interés económico y comercial; y por otro lado, también traería aparejada la idea de una estandarización de la industria. Negus propone una noción plural de las industrias culturales, considerando la existencia de varias formas de producción cultural. “Existen muchas diferencias entre las industrias y dentro de ellas, y estas pueden variar según la forma estética, el contenido, las prácticas laborales, los medios de financiación y los modos de recepción y consumo.” (Negus, 1999: 50) Podríamos afirmar que, a partir de una diversidad de industrias discográficas, cuyo funcionamiento interno jerarquiza elementos musicales y/o económicos diferentes, se producen y difunden una cantidad de músicas igualmente diversas. La expresión “la industria produce cultura” refleja una parte de este proceso mediante el cual el mercado y la sociedad se retroalimentan. A propósito de esta convivencia Théberge escribe que

“la producción independiente y de bajo presupuesto que coexiste con las prácticas y los estilos más comerciales es muy característico de la industria de la música, y difiere notoriamente del tipo de producción <independiente> que se observa en

otros sectores de la cultura, tales como las industrias del cine y la televisión.”(Théberge, 2006: 26)

Más adelante profundizaremos en un movimiento alternativo que reaccionaron a ciertas imposiciones y limitaciones de las grandes discográficas a partir la autogestión de los espacios en que se produce y circula la música.

Otro caso refleja, décadas más tarde, el intento de creación de un personaje que se adecuara a la imagen de un género musical específico. En 1977, Jonhny Lydon, cantante y líder de la banda punk Sex Pistols, comienza a mostrar una imagen de sí mismo que poco tenía que ver con la actitud que la banda quería transmitir, lo cual fue desconcertante tanto para el público como para su manager Malcom McLaren. A través de un programa radial, Lydon se mostró como un amante de la música y del sonido, llegando a frecuentar otros géneros que tuvieron gran importancia en la generación de músicos que comenzaba a gestarse, como el dub, el funk, y el reggae. Contradiendo a todos los paradigmas, tanto sociales como musicales, Jonhny Lydon destierra al personaje punk moldeado por McLaren, quien se quedó con el nombre artístico, “Jonhny Rotten”, no sólo en términos simbólicos sino legalmente. “McLaren decidió que Rotten era en realidad <una mariquita constructiva en vez de un lunático destructivo> y centró toda su energía en moldear al más sugestionable Sid Vicious para transformarlo en la nueva verdadera estrella de Sex Pistols: un psicópata de dibujito animado, lascivo y autodestructivo.” (Reynolds, 2005: 37) Si este suceso fue o no un indicador del declive de la música punk se escapa de los límites de este escrito, pero vale preguntarnos si las industrias siguieron apostando por mucho tiempo más a la expresión y a la carga simbólica del punk hacia fines de los '70 y principio de los '80, y para qué tipo de público. Negus reafirma la importancia del contexto socio-cultural en el que el hecho musical, las imágenes y las palabras cobran significado, lo cual nos sugiere que el éxito de una música está estrechamente ligado a lo que sucede en el plano social, en cuanto al consumo como hecho público que atraviesa los espacios de los medios de comunicación y la obsesión popular. “La industria de los medios de comunicación o de la música no puede <construir> un mercado, <producir> un tipo de consumidor ni determinar el significado de un artista (...), y si lo intentaran fracasarían continuamente.” (Negus, 1999: 62)

Revolución sonora

“La verdad es que yo no sabía hasta qué punto aborrecía el rock and roll, cuánta rabia le tenía... Esa era una de las motivaciones de PiL, ese rencor tan profundo, y también un vivo deseo de formas nuevas.” (Keith Levene, guitarrista de Public Image Ltd.)

Hacia 1977, muchos músicos consideraron que el punk se había convertido en una fórmula mercantilista, y creían posible un desarrollo musical mayor. Aquella generación de jóvenes de clase obrera y “bohemios arty” que se habían unificado gracias al punk, comenzó a fragmentarse. El grupo de vanguardia al que llamamos postpunk, conformado en su mayoría por jóvenes estudiantes de Bellas Artes, “encontró en 1977 no un retorno al rock crudo, sino la oportunidad de establecer una ruptura con la tradición.” (Reynolds 2005: 19) Mientras consideraban que el rock estaba agotado desde sus técnicas y sonido, los músicos británicos ampliaron su abanico de posibilidades incorporando la música electrónica, el jazz y las corrientes de música contemporánea, así como también técnicas de producción del dub y el reggae.

“Las bandas postpunk más aventureras reaccionaron al reggae como si éste fuera una revolución puramente sonora (...). Durante la media década que va de 1977 a 1981, fueron exactamente la producción especializada y los ritmos sofisticados del reggae los que sentaron la base para todas las bandas postpunk que buscaban experimentar.” (Reynolds, 2005: 39)

Así es como muchos grupos recurrieron a productores que manejaban los lenguajes musicales jamaquinos al momento de la realización de sus discos; Dennis Bovell, por ejemplo, único productor de reggae británico por ese entonces, se asoció para grabar con The Pop Group en “She Is Beyond Good and Evil”. El foco fue puesto en el aspecto sonoro y rítmico; bandas como The Pop Group y The Slits buscaron que su música sonara tribal, evocando un exotismo alentado por la cultura rastafari. Poniendo especial atención a la necesidad de romper lazos con el rock norteamericano y con las características sonoras de lo que suponía el estandarte del rock, la guitarra, consiguieron desarrollar un sonido estridente y desalineado, en contraste al “cálido” sonido de los amplificadores valvulares característicos del rock, para lo cual guitarristas y bajistas tomaron las bases rítmicas del reggae, convirtiéndolas en un rasgo ineludible. La guitarra eléctrica, como emblema del rock, implica lograr una ejecución con determinado tipo de sonido que es rápidamente asociado al género. Hablamos de un gran virtuosismo técnico, ciertas fórmulas de improvisación y ejecución derivadas del blues (como el bending, el slide, el hammer on/pull off), la obtención de *sustain* mediante el uso de pedales de distorsión, reverberación y eco. El postpunk se negó rotundamente a hacer uso del virtuosismo técnico de la guitarra. De hecho muchas bandas contaban con guitarristas formados en escuelas de arte, que conocían y dominaban el instrumento de forma profesional. Pero evidentemente no se trataba de un concierto virtuoso; los solos minimalistas de una sola nota son una clara respuesta despectiva frente a los despampanantes despliegues guitarrísticos del rock. A propósito, Cabaret Voltaire proclamaba “rock ‘n’ roll no es vomitar riffs de Chuck Berry”.

Lo que moviliza a plantear una mirada acerca de los cambios que se produjeron a partir de 1977, es la importancia que tuvo para esta generación de músicos, la mediación de la tecnología en el proceso compositivo, como elemento característico, sino fundamental, del desarrollo de la profesión musical en un campo que abarca, no solo el rol de instrumentista y compositor, sino también la posibilidad de formarse desde el amateurismo en la producción discográfica. Como señala Paul Théberge,

“A medida que la comprensión de las tecnologías más básicas, las rutinas y las prácticas de la grabación en estudio fueron incorporándose gradualmente al bagaje teórico y práctico, esencial, del músico –tan esencial como saber afinar una guitarra-, los músicos semiprofesionales y aficionados también empezaron a construir sus propios estudios, empleando equipos de bajo coste especialmente concebidos por los fabricantes para el incipiente mercado del <estudio doméstico>.” (Théberge, 2006: 30)

Como se verá a continuación, esta iniciativa de producción musical independiente era solo un aspecto de una revolución que se vivió desde todas las artes, con un fuerte enfoque social, y principalmente como una propuesta alternativa que pusiera en crisis ciertos valores de un mundo capitalista y una sociedad acrítica y consumista.

“Hazlo-tú-mismo/edítalo-tú-mismo”

“No hay más tiempo para seguir siendo un observador” (“Don’t back the front”, *The Desperate Bicycles*)

Ya se ha mencionado que el avance de las tecnologías, cada vez más accesibles al público en cuanto a su valor económico y manipulación, ha expandido el campo formativo del músico independiente. Esto permitió que cualquier músico que tuviera a su disposición un portaestudio² pudiera dejar un registro sin tener que acudir a un estudio profesional. También se ha mencionado anteriormente la actividad de las discográficas independientes desde la década del '50; “aproximadamente el 50% de los hits de rock y R&B americanos de fines de la década del cincuenta se habían editado a través de sellos independientes, como Sun y Hi.” (Reynolds, 2005: 50) Entonces ¿por qué abordar la producción independiente de finales de los '70? En primera instancia es necesario definir qué nos indica la palabra “independiente” en ambos casos.

Los sellos independientes y las multinacionales han producido música simultáneamente. Hasta la década de 1970 las pequeñas industrias que se autodenominaban independientes lo eran en términos creativos; sin embargo se asociaban a compañías más grandes para cubrir los espacios de distribución, financiamiento y marketing. Tal es el caso de los sellos británicos Virgin y Island, entre otros (Crossley, 2015). A partir de 1977, se renovó la propuesta aspirando a una autonomía mayor. “Aunque lo cierto es que no era un fenómeno nuevo en lo más mínimo, la idea de editar la propia música de modo independiente se sentía, en ese momento histórico en particular, fantásticamente novedosa y revolucionaria.” (Reynolds, 2005:50) En una urgencia por vencer las condiciones impuestas por compañías importantes, y hacer una música revolucionaria que permita repensar <el *musicar*> (Small, 1999) desde un lugar más activo y dinámico, discos como *Spiral Scratch* de los Buzzcocks, editado por su sello propio New Hormones, animaba a pensar que cualquier músico independiente podía grabar un disco e incluso lograr que se venda en una disquería. Desde la perspectiva del movimiento *do it yourself* surgieron gran cantidad de sellos independientes y autogestionados, con una fuerte impronta social-colectivista, como Fast Product, Factory y Rough Trade. En términos de edición y distribución estaban cargados de idealismo; “Rough Trade le adelantaba dinero a las bandas para que pudieran abrir sus propios sellos o editar más copias de determinado disco (...) estaba ideológicamente comprometida a ayudar a los individuos a que alcanzaran su autorrealización a través de la autonomía creativa.” (Reynolds, 2005:60). El objetivo era desmitificar el supuesto de que era necesario ser “descubierto” por un representante de una multinacional para poder editar y difundir el material. En este sentido, Crossley menciona que

“Todos los lanzamientos eran simples de 7 pulgadas o EP. Con el paso del tiempo, igualmente, lanzaban los LPs, desafiando la idea, todavía en boga en ese momento, de que los sellos independientes eran sólo el primer paso para una banda que luego se pasarían a una major para consolidar totalmente su carrera. Los sellos indies no eran el primer paso. Eran el objetivo final.”(Crossley:2015, 225)

El sistema de las multinacionales prometía a las bandas una posibilidad de éxito y ganancias a cambio de que hipotecaran sus vidas enteras y sus producciones por contrato escrito, viéndose luego inmersos en una presión por parte de las compañías

² Se trata de un sistema de reproducción y grabación magnética analógica de sonido, que permitió grabar en cuatro pistas por separado y también la grabación sincrónica.

que debían aumentar sus ingresos para recuperar su inversión inicial. Las bandas se sumergían en el compromiso de tener que grabar un cierto número de canciones en un determinado plazo de tiempo, lo cual desgastaba tanto a los músicos como al proceso creativo y al material resultante. La propuesta de los sellos independientes británicos mencionados anteriormente, con respecto a la producción discográfica, fue establecer una relación con las bandas que las beneficiara a partir de lograr el alcance cultural que les permitiera crecer y desarrollarse de forma autónoma y poniendo el foco en la producción musical y no comercial. Los contratos de Rough Trade se firmaban por un solo disco y se dividían las ganancias 50/50 entre la banda y el sello. El logro más importante fue organizar una red de distribución que nucleaba pequeñas discográficas de todo el país, llegando incluso a la capital, donde se consiguió que la difusión de discos autogestionados del interior tuviera un alcance realmente importante, lo cual fue crucial tanto para los músicos como para el público. Revistas, fanzines y programas radiales jugaron un papel fundamental en la circulación de música y en la generación de la cultura juvenil de la época, fuertemente atravesada por cuestiones sociales y políticas. El público respondía a esa revolución sonora y a su vez no era ajeno los movimientos artísticos y sociales del momento.

En estas tensiones, disputas y conflictos, que cada vez consisten más en luchas por la distribución que en repertorio directo *versus* disputas de mercado (o compromiso de las *indies* con el arte *versus* comercialismo cínico de las *majors*), es donde el conocimiento del consumidor desempeña un papel clave. (Negus, 1999:113)

Conclusiones

La postura de crítica generada a partir de los lazos en el campo artístico y social, se tradujo en el caso analizado como contrapropuesta, consciente y deliberada, a los modos producción dominantes en la industria discográfica en el período estudiado, siendo ésta una decisión estética identitaria del género. Pudimos observar cómo la búsqueda direccionada en cada eslabón del proceso de producción musical, desde los materiales sonoros, el texto, los ámbitos de producción y circulación del formato físico y sus características, hasta la difusión en circuitos creados por un público específico, son prácticas constitutivas e inherentes al postpunk como género. En este sentido cobra relevancia la afirmación de Crossley, cuando menciona que "*los sellos independientes se convirtieron en parte de la identidad y el ethos del postpunk.*" (Crossley, 2015:225).

Lo que se propuso en torno a los materiales musicales fue, no sólo romper el vínculo con el rock en cuanto a sus características estereotípicas sonoras y visuales, sino también la visualización acerca de lo que supuso una saturación de tales materiales y la necesaria redefinición de los mismos en un contexto de profundos cambios sociales a nivel global.

Por otro lado, nos parece interesante destacar que si bien los avances tecnológicos en materia de grabación, reproducción y amplificación han sido claves para el desarrollo de la música popular, desde mediados del siglo XX hasta la actualidad (Théberge: 2006), muchos de estos cambios han funcionado como catalizadores de algunos procesos y no como su determinante. Tal es el caso de las transformaciones en los

modos difusión musical que analizamos en torno a la red de sellos independientes británicos. Como vimos, debido a la rapidez de la innovación tecnológica y el abaratamiento de los equipos, el músico independiente tuvo, por una parte, mayor accesibilidad a los medios de grabación -antes sólo reservados para los grandes estudios dependientes de las multinacionales-; por otra parte, esta incorporación aumentó la autonomía creativa, tanto en el proceso de producción como en la organización de espectáculos.

La especificidad de un contenido moviliza el surgimiento una red de consumidores afines que comparten intereses y que, como se vio en los casos analizados, proponen una alternativa constituida a partir de la ruptura con la tradición y una actitud que hace frente a los contenidos producidos por las multinacionales. A propósito de esto, en los ejemplos analizados (Gene Vincent, 1955 y Jhonny Lydon, 1977) se pone de manifiesto el objetivo mercantilista de las multinacionales de crear y vender un símbolo, un estandarte generacional, que posea rasgos distintivos y estereotípicos que, no sólo se aleja del material musical en sí mismo, sino que promueve la fosilización de los géneros, convirtiéndose en una concepción de la producción musical por demás artificial que se aleja de las dinámicas de enriquecimiento cultural que se vive en la cotidianidad.

A partir de lo expuesto, creemos que abordar el estudio de la conformación de los géneros musicales como una construcción dialéctica entre cultura e industria, que atiende no sólo a las características técnico musicales, sino también a las relaciones sociales que se dan entre los diferentes agentes que intervienen tanto en la producción y difusión de la música; a las estrategias de mercado de las discográficas, sean *majors* o independientes; como a la prácticas culturales asociadas a su circulación y consumo; es fundamental para superar la mirada atomizada en la cual se pone el foco en características técnico musicales -fundamentalmente centradas en el aspecto formal- y en los ámbitos de producción y consumo como elementos aislados entre sí y del contexto histórico del cual forman parte.

Bibliografía

Crossley, N. (2015). "Networks of sound, style and subversion: The punk and post-punk worlds of Manchester, London, Liverpool and Sheffield, 1975–80". Manchester; New York: Manchester University Press.

Frith, Simon, "La industria de la música popular", en "La otra historia del Rock", Editorial Robinbook, Barcelona, 2006, pp. 54-85.

Negus, Keith. "Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales". Editorial Paidós Comunicación 164, Barcelona, 1999.

Reynolds, Simon. "Postpunk, Romper todo y empezar de nuevo", Editorial Caja Negra, 2005.

Small, Christopher: “El Musicar: Un ritual en el Espacio Social”, [En línea], <http://www.sibetrans.com/trans/articulo/252/el-musicar-un-ritual-en-el-espacio-social>, [2 de julio de 2017]

Stanley, Bob. “Yeah! Yeah! Yeah! La historia del pop moderno”, Editorial Turner Noema, Nueva York, 2014

Straw, Will, “El consumo”, en “La otra historia del Rock”, Editorial Robinbook, Barcelona, 2006, pp. 87-111.

Théberge, Paul. “<<Conectados>>: la tecnología y la música popular”, en “La otra historia del Rock”, Editorial Robinbook, Barcelona, 2006, pp. 25-51.

Recursos de internet

Gene Vincent and his blue caps - “Be-bop-a-Lula”:
<https://www.youtube.com/watch?v=LGI4PqAHxtg> [visitado el 2 de julio de 2017]

Pat Boone - “Tutti-Frutti”: <https://www.youtube.com/watch?v=N9m7t3rugD4> [visitado el 2 de julio de 2017]

Little Richard – “Tutti-Frutti”: https://www.youtube.com/watch?v=C_C9q4tuwXI
[visitado el 2 de julio de 2017]

The Pop Group – “She's beyond Good and Evil”:
<https://www.youtube.com/watch?v=sL0tYowblxE> [visitado el 2 de julio de 2017]

Buzzcocks - “Spiral Scratch”: https://www.youtube.com/watch?v=AFJ71w_ez6Y [visitado el 2 de julio de 2017]