

[ARTÍCULO]

# Los chicos de la tapa: Figuración de la transformación musical en las portadas de los discos de The Beatles (1966-1970)

**Bernardo Suárez**

Universidad de Buenos Aires

Email: bersuarez@yahoo.com.ar

**Recibido:** 1 de agosto, 2018

**Aceptado:** 18 de septiembre, 2018

**Publicado:** 1 de diciembre, 2018

**The guys on the cover  
Figuration of the musical  
transformation  
on the covers of  
The Beatles albums (1966-  
1970)**

**Cómo citar este artículo:**

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).

## Resumen

En la sociedad contemporánea, altamente mediatizada, y en un género musical como el rock, el discurso que produce una determinada banda resulta de una configuración de sentido compuesta por materiales significantes de distinta especie; sonidos, imágenes en movimiento, imágenes fijas, vestimenta, gestos y posturas, entre otros. La conformación en tanto dispositivo enunciativo permite establecer un adecuado vínculo con sus seguidores. En el caso particular de la banda británica The Beatles, se observa un proceso de figuración que comienza cuando el grupo cambia su posicionamiento enunciativo de banda en vivo a músicos experimentales. Junto con este hecho, la banda comienza a tomar algunas decisiones musicales y estéticas; por ejemplo, las concernientes a los artes de tapa, proceso que se observa particularmente como fenómeno en las portadas de los discos que producen entre 1966 y 1970. Ubicados en el campo disciplinar de la Semiótica y los Discursos sociales proponemos un análisis que intente dar cuenta de esta imbricada vinculación y su correspondiente producción de efectos de sentido.

## Palabras clave

Semiótica, Enunciación, Discursos sociales, Portada de discos, The Beatles

## Abstract

*In contemporary society, highly mediated, and in a musical genre such as rock, the discourse produced by a certain band results from a configuration of meaning composed of significant materials of different species; sounds, moving images, photographs, clothing, gestures and postures, among others. In the specific case of the British band The Beatles, a process of figuration is observed that begins when the group changes its enunciative positioning of live band to experimental musicians. Along with this fact, the band begins to make some musical and aesthetic decisions; for example, those concerning the cover arts, a process that is particularly observed as a phenomenon on the covers of the discs produced between 1966 and 1970. Located in the disciplinary field of semiotics and social discourses we propose an analysis that tries to account for this overlapping linkage.*

## Keywords

*Semiotics, Enunciation, Social discourses, Album covers, The Beatles*

## 1. Introducción

“Los artistas producen símbolos, no cosas”.  
(Oscar Massota)

Hay una intencionalidad, una búsqueda de efectos de sentido, un proceso semiótico que se materializa en uno de los vértices del discurso musical: la portada de los álbumes. En el caso particular de la música pop-rock, la portada es un elemento más que termina por conformar el *ethos*<sup>[1]</sup> (o parte del mundo *ethico*<sup>[2]</sup>) del músico o banda. En tanto proceso voluntario que intenta producir un efecto de sentido, la producción de las portadas de los discos establece una correspondencia entre elementos de dos sistemas semióticos, realizando lo que Benveniste (1999) denomina *homología*. Respecto de la relación entre dos sistemas semióticos, Benveniste detalla el principio de no redundancia; esto es que “no hay sinonimia entre dos sistemas semióticos; no puede decirse la misma cosa mediante la palabra y la música que son sistemas de fundamento diferente” (1999: 56-57). Esta aclaración vale también para las imágenes y la música. Y sobre la homología sostiene: “establece una relación entre partes de dos sistemas semióticos (...) esta relación no es verificada, sino instaurada en virtud de conexiones que se descubren o establecen entre dos sistemas distintos. La naturaleza de la homología puede variar, intuitiva o razonada, sustancial o estructural, conceptual o poética” (1999: 64). A diferencia del análisis que plantea Benveniste que procede de unidad en unidad “los perfumes, los sonidos y los colores se responden” (*ibid.*), nuestro recorrido busca establecer una correspondencia dentro de la configuración general; esto es, en la totalidad de la producción significativa, en el diseño de la portada que incluye el arte de tapa y también los elementos lingüísticos, buscamos así establecer la relación entre esas representaciones con la evolución del estilo musical.

La elección del corpus (portadas de los álbumes que *The Beatles* producen entre 1966 y 1970) responde a que, a partir de ese momento, se observa un proceso paulatino en el que la banda decide involucrarse en el proceso de producción de sus obras. En líneas generales durante la primera mitad de la década del sesenta del siglo veinte, las portadas de los discos de *beat-rock* se circunscriben a los rostros de los protagonistas y trabajan, particularmente, las cuestiones vinculadas con la pose en tanto productora de sentido a partir de procedimientos de connotación<sup>[3]</sup>. Esta tendencia estética proviene de décadas anteriores en las que el músico, por ejemplo, en el género jazz o *rock and roll*, aparece fotografiado en un plano persona o en primer plano. Resulta evidente que se necesita, en principio, darlos a conocer, posicionarlos en el recuerdo de sus seguidores más allá de las presentaciones en vivo y establecerlos dentro del marco de esa corriente estética. Si bien, ya en esos géneros el arte de tapa da cuenta de la intención de una producción de sentido luego, en el ámbito del rock, las portadas abandonan paulatinamente su función clásica de “envase” para intensificar determinados

efectos de sentido que puedan completar o resignificar el discurso musical.

En tanto construcción simbólica, la portada de un disco presenta efectos de sentido tanto en su producción como en su reconocimiento (Verón, 1998). En efecto, en su origen da cuenta de una intencionalidad, de búsquedas estéticas, de inscripciones en corrientes artísticas de época. En su reconocimiento traen, a modo de eco o evocación, el testimonio de ese momento; la vuelta hacia un espacio-tiempo desde una mirada retrospectiva en la que se puede ubicar a ese objeto en un lugar de la historia social y cultural. Y permite también, leer en perspectiva los mensajes allí inscriptos. Algunas de esas imágenes (pensemos en ciertas portadas de discos de *The Beatles*, por ejemplo) han escapado a los límites propuestos por el objeto, han resignificado su función de cobertor y presentador, y han sido puestas en un circuito de circulación mayor: el de las imágenes de la cultura popular.

(...) el cartel fotográfico de una estrella de rock fijado sobre la cama de una adolescente, el retrato de propaganda del político prendido a la solapa del votante, las instantáneas de los hijos del taxista en la visera: todos los usos talismánicos de las fotografías expresan una actitud sentimental e implícitamente mágica; son tentativas de alcanzar o apropiarse de otra realidad (Sontag, 2006: 33).

En un trabajo anterior sosteníamos que en el caso particular de la banda británica *The Beatles*, se produce una metamorfosis que los lleva a construir una imagen de sí mismos muy distinta a la que transmitían en esos primeros años; un nuevo *ethos*: de músicos en vivo, a músicos profesionales experimentales (Suárez, 2017:11). Ese proceso tiene como prelude al disco *Rubber Soul* (1965). En él aparecen aún resabios de la primera época, pero se observan también algunos elementos que comienzan a referir a cierta experimentación musical. La banda ha conseguido estabilidad en el reconocimiento popular y en el mercado discográfico; sin embargo, pretenden ir por más. La bisagra en este proceso es, indudablemente, *Revolver* (1966). Escudados en la imposibilidad de representar en vivo la música como ellos la imaginan, abandonan las giras para enfrascarse en el estudio de grabación. Junto con su productor George Martin, y los ingenieros de sonido de EMI (Abbey Road), configuran una serie de innovaciones con el objetivo de producir experiencias sonoras. Algunas de esas innovaciones están directamente relacionadas con la forma en que se concibe a la música en la vanguardia (*swinging London*) a la que McCartney, especialmente, se asoma con curiosidad para observar las propuestas de la música electrónica y electro acústica (representada por artistas como Berio, Cage, Stockhausen, entre otros). A la particularidad de su estilo musical, en neta transformación, *The Beatles* incorporan instrumentos de distinto origen, cintas pregrabadas y sonidos experimentales que colocan al derecho y al revés. Este proceso alcanzará su ápice con la creación *Sgt. Pepper's lonely hearts club band* (1967). Finalmente, *Abbey road* (1969) parece representar la etapa de madurez en cuanto a la experimentación. El disco se presenta como una producción prolija y ajustada, y con momentos de despliegue particulares (el *medley* del lado B, por ejemplo).

En el presente trabajo nos proponemos, ubicados en la instancia de producción discursiva y a partir de un marco interdisciplinario que reúne herramientas metodológicas de la Semiótica, la Teoría de la Enunciación y la Teoría de los Discursos sociales, dar cuenta del correlato entre las transformaciones musicales y la construcción semiótica en la portada de los discos de *The Beatles*, producidos entre los años 1966 y 1970.

## 2. La enunciación como procedimiento semiótico

Emile Benveniste (1999) define a la enunciación como una acción voluntaria mediante la cual un sujeto se apodera del aparato formal de la lengua y se postula como locutor e instaura, por esa misma acción, a su alocutario (destinatario de su acción). Este proceso de “apropiación” tiene como resultado un producto: el enunciado. El trabajo del analista es reconstruir ese momento único que fue la enunciación, y dar cuenta de las marcas de la subjetividad en la superficie del discurso. Es importante aclarar que Benveniste sostiene que, tanto el locutor (prefigurado en el pronombre personal “yo”) como su alocutario (“vos/tú”), son formas previstas por la lengua y que no necesariamente coinciden con los sujetos presentes en la situación de comunicación (1999:86). La transformación de la lengua en discurso se produce, según Benveniste, a partir de las marcas de la subjetividad que dan cuenta de la posición del sujeto (deícticos de persona, tiempo y espacio) y los procedimientos de modalización. Los trabajos posteriores desarrollados en el marco de la Semiótica y del Análisis del discurso, llevan a preguntarse acerca de cuáles deberían ser los conceptos a abordar con mayor premura para poder analizar producciones que exceden el lenguaje verbal. Desde esta perspectiva, Oscar Steimberg en su obra *Semióticas* (2013) llama enunciación:

[...] al efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico. La definición de esa situación puede incluir la de la relación entre un “emisor” y un “receptor” implícitos, no necesariamente personalizables (2013: 53).

Esta forma de entender la enunciación permite el abordaje de productos significantes que incluyan no sólo elementos lingüísticos sino también de cualquier otra materialidad significativa como sonidos, imágenes, objetos, etc. materialidad significativa (imagen, objetos, sonidos, etc.).

Desde la corriente del Análisis de los Discursos Sociales o Sociosemiótica, Eliseo Verón (2004) cuestiona el abordaje de producciones significantes desde matrices analíticas que, propuestas desde el campo lingüístico, se focalicen en la inmanencia del corpus textual. Por su parte presenta una metodología para analizar las producciones significantes que pueda dar cuenta de la producción social del sentido en la semiosis social [4]. Propone entonces el concepto de “dispositivo de enunciación”, al que define como la distribución de las posiciones enunciativas en base a la figura de quien habla, el enunciador, la imagen de aquel a quien se dirige, el enunciatario, y la relación que entre ambos se propone en el discurso y a través del discurso. (2004: 173). De este modo, ubicados en un extremo (la producción discursiva)

o en el otro (el reconocimiento) de la semiosis, podrán describirse tanto las operaciones de producción de sentido como sus efectos. Verón aclara al respecto que resulta imposible deducir con exactitud el efecto de un discurso a partir de un análisis en producción, ya que: “todo discurso bosqueja un campo de efectos de sentido y no un efecto y sólo uno” (2004: 171).

En la medida en que el género rock se encuentra inserto en la industria cultural y en el ámbito de los medios masivos de comunicación, la portada del disco cumple un rol importante en la asignación del sentido general a la producción musical. Podría pensarse cierta equivalencia entre esta construcción semiótica y otras que conforman el paratexto en el campo del lenguaje verbal. Alvarado define al paratexto como el “dispositivo pragmático, que, por una parte, predispone -o condiciona- para la lectura y, por otra, acompaña en el trayecto, cooperando con el lector en su trabajo de construcción -o reconstrucción- del sentido.” (2010: 7). En efecto, elementos textuales como el título, los epígrafes, el índice, las ilustraciones, los cuadros y diagramas, terminan por configurar el sentido global de un texto dentro del artefacto que lo contiene (por ejemplo, un libro). En este caso, la portada del disco (en sus formatos vinilo, cassette, cd, etc.) y cada uno de sus elementos: nombre de la obra, del grupo, ilustraciones y artes, índice de los temas, letras si las incluye, etc., conforman el sentido global de esa producción discursiva. Incluso, puede pensarse en la actualidad cómo distintos elementos continúan colaborando en la asignación de sentido aún ante la desmaterialización del artefacto disco y la virtualización del sonido. Aún en los temas que se bajan en internet y en las distintas plataformas (Spotify, por ejemplo), cada producción es acompañada por sus componentes lingüísticos e imágenes que terminan por dar un cuerpo figurado a ese discurso musical.

### 3. De la corporeidad a la figuración

En la constitución del género rock, se encuentra la búsqueda de la conformación de la identidad a partir, entre otros, de la postura que figura un estilo de vida rebelde. Ya desde sus orígenes, el ethos del rockero se presenta como inconformista, desilusionado con la sociedad de la que forma parte, distanciado de los principios y valores defendidos por la generación anterior. Vila sostiene al respecto que:

El rock pone en cuestión la concepción realista de la sociedad, esto es, la forma en que usualmente los adultos entienden dicha sociedad (...) que para los jóvenes es sinónimo de hipocresía (1995: 248).

La música resulta entonces un factor de encuentro. El público que sigue una banda determinada no incorpora solamente su música, sino también otras cuestiones identitarias: posturas, gestos, léxico, vestimenta, aspectos generales que conforman su imagen. Aquellos músicos o bandas que tienen cierta continuidad en el tiempo, van tramitando y transformando algunas de esas características de acuerdo con los cambios sociales. La rebeldía que provoca la beatlemania de los primeros años (inicio de la década del 60 del siglo XX), por ejemplo, la energía desbordante, la alegría picaresca,

desenfadada, propia de la posguerra, de las privaciones y de una moral británica acartonada que se resquebrajaba por su propio endurecimiento, parece terminar cuando la banda decide poner fin a las giras. The Beatles se encuentran hacia 1966, desgastados y al borde de la separación. El testimonio de la primera etapa queda registrado en la portada de los primeros álbumes. Rostros frescos que se multiplican, juveniles, alegres, por lo general mirando directamente a la cámara, en un intento por interpelar a sus seguidores o establecer, al menos, un vínculo de complicidad.

Verón plantea que, a nivel del dispositivo enunciativo, 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 (destinatario). Estos elementos enunciativos son, para Verón, más importantes que el contenido (cf. 2004:176). Las modalidades se establecen entonces en base a un eje de la complicidad o la distancia que se hace efectivo, por ejemplo, en la dirección de la mirada que interpela (complicidad) buscando la configuración de un “nosotros” (177). En cambio, la no interpelación, la mirada que no se dirige al foco de la cámara (figurando al enunciatario) se plantea, a nivel de la modalidad, como distancia: “yo – ustedes”. (ibid. 176). Las portadas de los discos anteriores a 1966 (*Please, please me*, 1963; *With the Beatles*, 1963; *A Hard day's night*, 1964; *Beatles for sale*, 1964; *Help!*, 1965), muestran a la banda, ya sea en primer plano o plano persona, mirando directamente a la cámara, es decir interpelando al enunciatario, buscando algún tipo de vinculación con sus seguidores. Esta configuración icónica se corresponde con las multitudinarias presentaciones en distintos lugares del planeta, como también en los programas de televisión y de radio. Es indudable que gran parte del éxito tiene que ver justamente con ese vínculo que se teje tanto en las presentaciones como a través del vinilo. El contrato de lectura se hace efectivo. *Rubber Soul* (1965) es el último eslabón en este proceso de corporización. Sin embargo, pueden observarse en su portada algunos signos de un nuevo posicionamiento enunciativo.

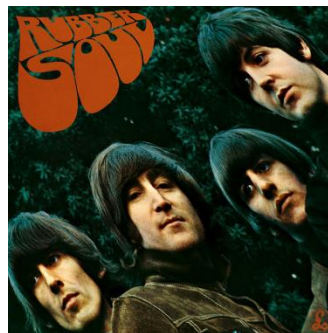


Imagen 1

La foto de tapa de *Rubber Soul* (Ver imagen 1), tomada de una sesión, muestra a los integrantes de la banda distendidos, ya no en poses que indiquen alguna acción o que intentan significar cierta energía como en discos anteriores (*Help!* 1965, por ejemplo), con ropa sport (distinta a los trajes con

los que salían a escena). La imagen levemente girada y alargada, y la toma de cámara realizada en un contrapicado por debajo de su objetivo (ya utilizada anteriormente en *Please, please, me*), dan cuenta de la búsqueda de una determinada connotación:

La connotación, es decir, la imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico propiamente dicho, se elabora a lo largo de los diferentes niveles de producción de la fotografía (elección, tratamiento técnico, encuadre, compaginación) (Barthes, 1986:17).

La toma *contrapicada* se utiliza por ejemplo en el cine, para realzar a su protagonista, especialmente cuando su altura no resulta lo suficientemente imponente o cuando se encuentra por debajo de su coprotagonista. En *Rubber soul* llama la atención que The Beatles observen desde arriba, quizá connotando cierta superioridad y distancia. A modo de comparación, puede observarse que en la portada del disco *Out of our heads* (1965) del grupo británico *The Rolling Stones*, los integrantes aparecen en primer plano, también con una leve inclinación, pero mirando a cámara a la altura de la línea que figura su enunciario (Ver imagen 2).

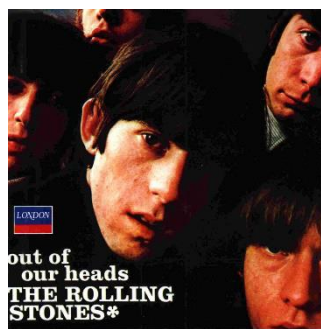


Imagen 2

Volviendo ahora a *Rubber soul*, hay una intensificación de la búsqueda del efecto de sentido a partir de la dirección de las miradas: tres integrantes de la banda (McCartney, Harrison y Starr) las dirigen hacia algún lugar que no es la cámara y, por lo tanto, tampoco buscan la complicidad del enunciario; sino que connotan distancia. El único que fija la mirada en la cámara es Lennon, indicado por sus propios compañeros como el líder de la banda por ese entonces, hasta que su adicción a las drogas termine por desplazarlo de ese lugar que será ocupado por McCartney a partir de *Sgt. Pepper*. La pose constituye quizá, el procedimiento más importante para generar en esta portada el efecto de sentido. Como sostiene Barthes: "(...) es la propia pose del personaje la que le da pie a la lectura de los significados de connotación" (1986: 18).

La contraportada mantiene la simpleza a partir del recorte de fotos. En ellas continúa el estilo distendido, y la mención a las canciones que componen



el disco. Un detalle importante es que se trata del primer álbum de la banda en el que no aparece el nombre; este recurso se repetirá en algunos de los discos posteriores en los que se quiera destacar el carácter de obra (*Revolver*, *Abbey Road*, *Let it be*; en el caso de *Sargeant Pepper*, el nombre aparece construido por un decorado de flores como parte de la composición); mientras que en otros cobrará particular importancia (*The Beatles*, disco también conocido como “El álbum blanco”). Paralelamente, a partir de *Rubber soul*, se observa que la producción musical de The Beatles comienza a sufrir ciertas transformaciones. La utilización por primera vez de un sitar hindú en el campo de la música popular occidental (“*Norwegian Wood*”); el solo de teclado estilo clásico pensado y ejecutado por George Martin para “*In my life*”, la compleja armonía con reminiscencias francesas para “*Michelle*”, entre otros. De todos modos, será *Revolver* (1966) el testimonio patente en el proceso de experimentación musical (Ver imagen 3).

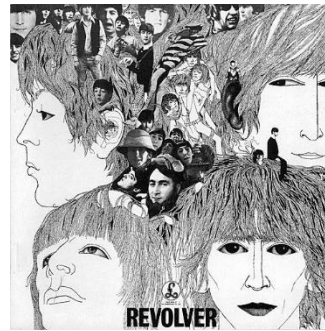


Imagen 3

Una mayor complejidad armónica en la composición, la inclusión de la etapa de producción y grabación como parte del proceso compositivo, la imposibilidad de ejecutar esa música en vivo, la transformación en la posición de enunciadores (el ethos del músico experimental, cercano al artista de vanguardia) y el cambio en la figura del destinatario (del beatlemaníaco al escucha capaz de apreciar los experimentos sonoros) llevan a la banda a construir un nuevo sonido (Suárez, 2017); esta nueva voz, que si bien se inscribe en un proceso más grande, el del rock psicodélico, no se confunde con las otras voces que se hacen oír en medio de esa vanguardia musical. Y esas transformaciones y cambios, sostenemos, tienen su correlato en las tapas de sus próximos discos. En efecto, comienza así un proceso de figuración que los llevará de la imagen realista en *Rubber Soul*, a una ilustración a modo de collage y con alto contenido simbólico en *Revolver*:

El arte de tapa del disco fue realizado por el músico y fotógrafo alemán, Klaus Voorman. Tratando de plasmar el estilo “avant-garde” que fluía por el underground londinense, realiza una ilustración de las cuatro caras mechadas con fotos. (...) En su cara posterior aparecen las fotos de los integrantes de la banda en el estudio de grabación y con anteojos de sol (doblemente ocultos: detrás de las gafas y dentro del estudio) (Suárez, 2017: 111).

The Beatles, hartos y agotados de las giras, deciden ocultarse, refugiarse en el estudio de grabación y plantean como canal con sus seguidores una



comunicación exclusivamente mediatizada (música e imágenes). Estos movimientos significan un cambio en el dispositivo enunciativo: el ocultamiento agiganta la estatura simbólica de la banda. En síntesis, así como el disco representa la puerta de acceso que conduce a la obra que marcará su mayor hito -*Sgt. Pepper*-, la portada significa el punto de partida de un proceso semiótico en el cual The Beatles, se oculta detrás del ícono y aprovecha las posibilidades simbólicas que brinda en tanto signo. Es decir, la proyección de connotaciones que ubican al estilo del discurso musical en la iconografía del movimiento psicodélico.

(...) en todas estas artes “imitativas”, desde que son comunes, el código del sistema connotado está constituido visiblemente bien por un sistema de símbolos universal, bien por una retórica de época, en definitiva, por una reserva de estereotipos (esquemas, colores, grafismos, gestos, expresiones, agrupaciones de elementos) (Barthes, 1986: 14).

En tanto nuevo dispositivo enunciativo, plantea la construcción del enunciador: el de artistas experimentales, que se aventuran en los distintos caminos del arte; no sólo de la música sino también en la ilustración y el diseño. El enunciado, por su parte, recibe las modalizaciones provenientes de la fragmentación y el collage que terminan por indicar distancia respecto del enunciatario y figura así un contexto onírico donde se mezclan imágenes actuales con otras del pasado en un presente indeterminado. Estos ejes lo ubican en los parámetros que, según McDonald, constituyen los fundamentos de la “psicodelia”: (...) puesto que el verdadero tema de la psicodelia inglesa no era ni el amor ni las drogas, sino la nostalgia por la visión inocente del niño.” (Ian McDonald, en Cambiasso, 2015:60). Sin embargo, el proceso semiótico de ocultamiento tendrá una nueva etapa con *Sgt. Pepper* (Ver imagen 4).



Imagen 4

McCartney, quien había asumido el liderazgo musical del grupo concibe, según se cree, la idea de ocultarse y presentarse a través de una banda extemporánea, con cierto aire circense, que es pensada para que funcione como un “alter ego” (cf. McDonald, 2000: 663). Es interesante observar la construcción minuciosa de la “nueva” banda: trajes estrafalarios, multicolores, uniformes militares estilo “eduardiano”; elementos que terminarán por

inscribirse en la estética psicodélica y retomado por otros grupos de la época. La personificación llega al punto de ponerle nombre al cantante, Billy Shears, encarnado por Ringo Starr en el tema “With a Little help from my Friends”. El contenido conceptual del disco trasciende la obra puntual y su potencia estética y discursiva se despliega con toda su riqueza en la película de animación *Yellow submarine* (1968). *Sgt. Pepper*, fue pensado como una obra unitaria, cuyo centro es la presentación de la banda, y la cubierta, en tanto disrupción respecto a lo que se presentaba como usual en los discos de The Beatles y de la música pop-rock en general, intenta representar dicha unidad.

El concepto que iba a ligar el álbum ya se había decidido para entonces: todas las canciones fluirían de una a otra, sin intervalos, como si el oyente estuviera presente en una audición en directo de la estimada Banda del Club de los Corazones Solitarios. Es un enfoque que desde entonces se ha repetido hasta la actualidad, pero en 1967 era una idea radical que no se había aplicado nunca a un álbum de rock (Emerick y Masey, 2014: 206).

Quizá, una de las razones de la interminable reproducción y variación de la portada radique en el efecto de sentido de “reunión”. A nivel simbólico, la tapa significa la reunión en un espacio atemporal de distintas personalidades -vivas y ya muertas-. La escenografía parece representar los “happenings”, eventos artísticos muy en boga en ese entonces que nucleaba a figuras y artistas de las vanguardias estéticas y a representantes de los medios de comunicación. Pero, también el concepto de tapa se encuentra trasvasado por algunas cuestiones vinculadas con la corriente estética del “pop-art”. En efecto, pueden observarse la coexistencia de personalidades vinculadas al mundo de la cultura, escritores como Huxley, Poe, Carroll; actrices, actores del cine y la televisión como Tony Curtis, Fred Astaire, Doris Day; pensadores como Karl Marx; cómicos como Chaplin y el Gordo y el Flaco; líderes mundiales como Gandhi, jugadores de fútbol, boxeadores, políticos, etc. Todos conviven en ese escenario surrealista en el que las fotos en blanco y negro o en color, en pose como sacadas de un afiche de cine, parecen coexistir armónicamente. Esa misma mixtura se observa en los estilos musicales en las canciones que conforman el álbum: rock, pop, jazz, baladas, música hindú, etc. *Pepper* es quizá un símbolo de convivencia, en un espacio sin tiempo en el que parecen abolirse las diferencias. Esta configuración acompaña el intento de una obra musical caracterizada como de vanguardia. Un detalle no menor es la inclusión, en ese espacio atemporal, de las imágenes de cera de ellos mismos tomadas del museo de Madame Tussauds. Si se observa específicamente el modo de significar de esas figuras, podrá darse cuenta de que la posición corporal (la pose) dista considerablemente con la que ahora detentan los integrantes de la banda de los corazones solitarios. Encorvados, timoratos, con la mirada torva y encorsetados en los trajes que usaban en su etapa anterior, parecen representar un pasado necesitado de exorcizar.

La foto de la contraportada focaliza en la banda y deja a las claras nuevamente el lugar de preeminencia de McCartney: en este caso, de espaldas al enunciario pero de frente al resto al modo de un director de orquesta. Superpuesta con la foto se encuentran las letras de las canciones que conforman el álbum. Se trata de la primera vez que un disco de rock imprime las líricas y no es un detalle menor. *Sgt. Pepper* fue pensado como una obra

conceptual cuyo hilo conductor es la presentación de la banda de los corazones solitarios que abre y cierra el disco. “¿Por qué imprimir por primera vez todas las letras en la funda de un álbum al menos que Los Beatles estuvieran creando un mensaje?” (Martin, 1997: 15), reflexiona al respecto su productor (Ver imagen 5).



Imagen 5

Si *Sgt. Pepper* marca el hito en la experimentación musical, luego sobrevendrá un período de caos y búsquedas personales que terminarán por reafirmar las identidades musicales de cada integrante en particular. Luego de la muerte del manager, Brian Epstein en agosto de 1967, The Beatles realiza su primera experiencia autogestiva, el film *Magical Mystery Tour* (diciembre, 1967). En cuanto a la estética de la portada, se recorta una imagen del video del tema “I Am the Walrus” en el que, nuevamente, aparecen disfrazados. El bloque que conforman *Sgt. Pepper*, *Yellow Submarine* y *Magical mystery tour* configura un recorrido visual de características psicodélicas, en el que la banda decide ocultarse y representarse a partir de personificaciones. Representa a su vez, un momento interesante para la cultura pop en tanto generadora de imágenes de alta circulación y producción.

Las búsquedas personales de cada integrante, los proyectos individuales (bandas de películas, participación en otros proyectos artísticos) viajes a la India, sumergen al grupo en una etapa de caos del que saldrá una obra de características particulares. The Beatles (1968) rebautizado posteriormente como *El álbum blanco*, da cuenta de los nuevos intereses musicales de cada uno. Las sesiones de grabación se suceden entre peleas, discusiones y amagos de ruptura. Para algunos especialistas, el resultado final es desparejo y parece representar la obra de cuatro solistas con algunos momentos memorables. En efecto, se trata del disco de The Beatles en el que se encuentran estilos bien diversos: rock and roll, blues, folk, country, reggae, balada, hard rock, jazz, entre otros. Si bien en el disco anterior también se recurría a estilos musicales disímiles, el concepto de obra y las particularidades del sonido logrado, terminan por otorgarle cierta unificación. Si embargo ahora, ¿cómo significar esta diversidad, la multiplicidad de estilos y el punto de ruptura sin abandonar la voz pacientemente construida por la banda? Su portada resulta un diseño minimalista: una superficie blanca y en relieve el nombre del grupo; esta configuración parece contraponerse

diametralmente con la sobrecarga sígnica de su antecesor, *Sgt. Pepper*. (Ver imagen 6).

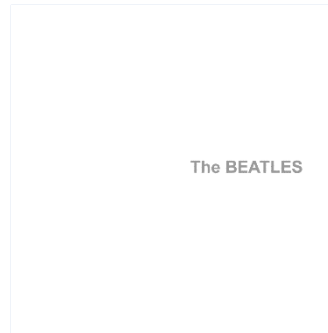


Imagen 6

A nivel de búsqueda de producción de sentido, The Beatles significa el final del proceso de figuración y su posterior vuelta a la corporización.

#### 4. “Get Back” o el mito del eterno retorno

Para la portada de *Abbey Road* (1969), The Beatles cruzan la calle una y otra vez. Vuelven a corporizarse, pero ya no desde la unidad que brindaban los trajes de la primera época o los uniformes estafalarios de la psicodelia. Luego del proceso de figuración que comienza posteriormente a la salida de *Rubber soul* (1965), en el que la foto parece buscar el efecto de sentido de cohesión, un largo recorrido de experimentación los volverá a hacer emerger, corporizarse, pero ya lejos de esa uniformidad. Conforme a lo que sucedía en el campo musical, cada integrante luce su propio estilo: jean, casual, traje, sport; pelo corto, largo, barba abundante, bigote, zapatillas, zapatos, pies descalzos. Van y vienen de los estudios EMI de Londres, sometidos a la tiránica regularidad a la que los condena la semiosis [5] que transita del ícono hacia el símbolo. Porque, como sostiene Eco (1994: 61-62), todo ícono presenta particularidades que le confieren un carácter simbólico (esconde algún que otro atisbo de convencionalidad). La imagen de ese verano de 1969 proyecta sobre el objeto del mundo -el cruce en los suburbios de Londres- un sentido que se irá acumulando a través de su reproducción y circulación.

La portada se ha convertido en un símbolo que termina por transformar el cruce de esa cebrá en particular, pero también otras que remiten a esa imagen, en un evento por sí mismo. Sin embargo, allá por el caluroso verano de 1969, la banda tenía ideas en apariencia más ambiciosas para la portada de su nuevo álbum. Habían pensado ponerle como nombre “Everest” (en honor a una marca de cigarrillos) e incluso sacarse una foto en la montaña más alta. Pero, según detalla el ingeniero de sonido, Geoff Emerick, fue Ringo Starr quien dijo: “salgamos afuera y llamémoslo *Abbey Road*” -bromeó.” (Emerick y Mesey, 2014:1075). Y desde entonces, EMI fue *Abbey Road* (Ver imagen 7).

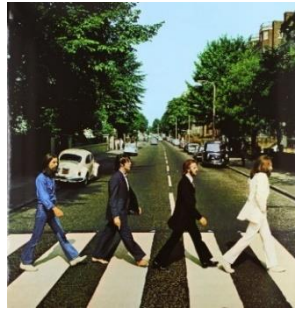


Imagen 7

En la contraportada se observa un acercamiento hacia una de las paredes exteriores cubierta de ladrillos y la silueta cortada de una mujer -con la vestimenta característica de ese momento- en movimiento. Sobre impreso en la pared, los títulos de los temas. *Abbey Road* se presenta como un álbum prolijo, donde el sonido musical se encuentra cuidado, y de resultado parejo. Lejos de las estridencias de la estética psicodélica, o de el histrionismo pepperiano, el arte de tapa colabora en la producción de ese sentido. En efecto, los cuatro integrantes se limitan a cruzar la calle que los conduce a su lugar de trabajo: el estudio; y hasta ahí cualquier obrero, empleado o profesional podría ocupar cada uno de esos lugares. Sin embargo, la producción de sentido parece otorgarle a ese cruce características míticas, y al estudio un halo de sacralidad.

La última placa lanzada por The Beatles fue *Let it be* (mayo, 1970), álbum grabado con anterioridad (enero, 1969), cuya producción quedó registrada en la última aparición en vivo de la banda en la terraza de Apple (Rooftop concert), y que luego de arduas negociaciones vería la luz de modo diferente al sonido crudo con el que había sido pensado. En efecto, el sentido buscado por los músicos era una vuelta al sonido original, "Get back" era el título de una de las canciones, pero también había sido pensado como nombre del álbum ya que representaba esa búsqueda. La portada representa una síntesis a partir de un primer plano de cada uno de los integrantes, con imágenes tomadas del filmico de las sesiones que luego conformarán la película homónima (ver imagen 8).

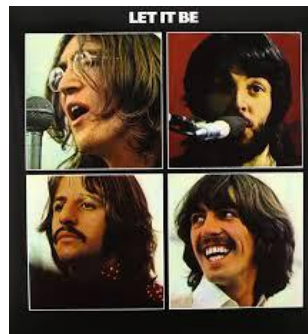


Imagen 8

Si trazamos un paralelismo con *Rubber soul*, la banda se corporiza y vuelve al estilo estético de mostrar los rostros de sus integrantes. Paradójicamente, el sentido muestra el cambio de liderazgo. Si en el álbum de 1965 Lennon era el que interpelaba al enunciatario dirigiéndole la mirada mientras sus compañeros la fijaban en otro lugar, ahora es McCartney quien lo hace, mientras los otros integrantes la dirigen hacia otro lado (hacia la izquierda). Incluso, Harrison, cuyo cuerpo se orienta hacia la derecha, debe voltearse para dirigir la mirada en la misma dirección que Lennon y Starr. Según el modo de lectura occidental, la cronología que ubica a los signos sintagmáticamente uno detrás de otro, indica que el avance se figura hacia el margen derecho (donde avanza la escritura) mientras que el retroceso hacia el margen opuesto. Es notorio que los tres integrantes están orientados hacia la figuración del pasado, “Get back” o vuelta a las raíces, mientras que McCartney parece quedarse en el presente, en el momento en que se relaciona con su enunciatario. Cabe destacar también, que la controversia sobre la forma del sonido final del disco había separado a McCartney, por un lado, y a sus tres compañeros, por el otro. Ya no se los observa como un cuerpo unificado (*Sgt. Pepper*, *Rubber soul*, *Magical Mystery tour*) o como fruto de un collage imaginativo (*Revolver*). Ahora la producción parece acompañar o figurar lo que estaba ocurriendo: la banda se encontraba prácticamente separada y sus integrantes funcionando como solistas.

La tapa da cuenta de ello al incluir las cuatro fotos divididas y enmarcadas en un recuadro negro. En este sentido, parece importante el cambio de nombre del álbum. Si bien el tema que da título termina por transformarse en otra canción memorable de la banda, la búsqueda del retorno a los orígenes (“Get Back”) parece haber dejado lugar a la resignación del final (“Let it be”). En la contraportada se observa otra construcción de los cuatro rostros (nuevamente las fotos separadas), ahora en blanco y negro y en plena grabación (ninguno mira al enunciatario).

## 5. Consideraciones finales

Hay una particularidad respecto a las cubiertas de los discos de The Beatles: la mayoría han pasado a ocupar un lugar destacado en la estética que representa a ese momento histórico, y muchas de ellas se han convertido en símbolos de alta reproducción más allá del contexto de la propia banda. Creemos que en parte esa búsqueda de sentido que acompañó a la experimentación musical y que los llevó a pasar de ser un grupo de pop rock a músicos de vanguardia sin abandonar el circuito de música comercial, se ve representada en la producción simbólica de las cubiertas de los discos. En efecto, las corrientes estéticas de vanguardia llevan a las bandas que se ubican en el campo del rock a partir de la década del 60 del siglo XX, a pensar las portadas como un elemento más que termina por configurar el sentido global del discurso musical. De la foto del músico o banda hasta las producciones más complejas y diseñadas que combinan ilustraciones y o fotografías imbricadas, además del correlato con la estética musical, cuestiones que parecen trasvasarlos del signo al discurso. Este movimiento en el cual The Beatles



resulta un engranaje, tal vez primordial o propulsor por la posición que ostentan en el campo del rock, se desarrollará hasta convertirse, quizá, en una característica propia de este género musical. Portadas de álbumes como *The dark side of the moon* de Pink Floyd, *Close to the Edge*, *Fragile o Relayer* de Yes, *Physical graffiti* o *Led Zeppelin IV* de Led Zeppelin, *News of the world* de Queen, *Machine head* de Deep Purple, *Selling England by the pound* de Génesis, entre tantos otros, resultan un importante indicador de esta búsqueda y representan también, una oportunidad para indagar y describir el acontecer histórico, estético y social en esas representaciones.

### Notas

1. El ethos es un concepto que proviene de los griegos y que ha sido retomado por la Retórica y el Análisis del discurso, durante el siglo pasado. Se lo suele utilizar para dar cuenta de la forma de autopresentación que, en el mismo proceso de enunciación, postula el locutor sobre sí mismo. Roland Barthes, lo define como: “Los rasgos de carácter que el orador debe mostrar al auditorio (poco importa su sinceridad) para dar una buena impresión (...) El orador enuncia una información y al mismo tiempo él dice: yo soy esto, yo no soy eso otro.” (Roland Barthes:1970, “La linguistique du discours”. *Signe, langage, cultura* (La Haya: Mouton, 1970), 315.
2. Maingueneau llama mundo ethico a “Cierta número de situaciones estereotipadas asociadas con comportamientos; (...) En el campo de la canción, señalaremos que el pasaje de la simple presentación de un cantante a un videoclip tiene como resultado la inserción del garante en un mundo ético a su medida. Dominique Maingueneau: “El enunciador encarnado”. Versión N 24. (México: UAM, 2010), 203.
3. Sobre la Pose y otros procedimientos de connotación, ver Roland Barthes (1986) *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona, Paidós, p.18.
4. En el campo de la semiótica, Verón retoma la idea de una semiosis infinita planteada por Charles Peirce (1839-1914) a inicios del siglo XX. Según esta, las relaciones entre signos se desarrollan formando una red, un tejido discursivo social, dentro del cual se producen fenómenos de asignación de sentido y efectos de sentido. Eliseo Verón (1998) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, Gedisa.
5. Verón sostiene que: “Ya sabemos que el “mundo” al que remiten los signos es un mundo que se hace y se deshace en el tejido de la semiosis”. Y agrega que “por semiosis social entiendo la dimensión significativa de los fenómenos sociales. El estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido (1998: 116 y 125).

### Referencias

- ALVARADO, M. (2010). *Paratexto*. Buenos Aires: Eudeba.
- BARTHES, R. (1970), “La linguistique du discours”. *Signe, langage, cultura*. La Haya: Mouton.
- (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Buenos Aires: Paidós.
- BENSON, A. y DE GRUNWALD, N. (1992). *The making of Sargeant Pepper* (Documental). Inglaterra: London Weekend Television.
- BENVENISTE, E. (1999). *Problemas de Lingüística general II*. México: Siglo XXI editores.

- CAMBIASSO, N. (2015). *Vendiendo Inglaterra por una libra. Una historia social del rock progresivo británico*. Buenos Aires: Gourmet musical.
- ECO, U. (1994). *Signo*. Barcelona: Editorial labor.
- EMERICK, G. y Masey H. (2014). *El sonido de Los Beatles. Memorias de su ingeniero de grabación*. Buenos Aires: Indicios.
- MAINGUENEAU, D. (2010). "El enunciador encarnado". *Versión*, (24). México: UAM.
- MARTIN, G. (1997). *El verano del amor. Así grabaron Los Beatles el álbum Sargento Pepper*. Zaragoza: Editorial Milenio.
- MASOTTA, O. (2004). *Revolución en el arte. Pop art, happenings y arte en los medios en la década del sesenta*. Buenos Aires: Edhasa.
- McDONALD, I. (2000). *Los Beatles: revolución en la mente*. Madrid: Ediciones Celeste.
- SONTAG, S. (2006). *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara.
- STEIMBERG, O. (2013). *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- SUÁREZ, B. (2017). "Revolver y dar de nuevo. Una aproximación semiótica a la música de Los Beatles". *La trama de la comunicación*, 21 (1). 103-117.
- VERÓN, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- \_\_\_ (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- VILA, P. (1995) "El rock nacional: género musical y construcción de la identidad juvenil en Argentina." En García, N. (Comp.) *Cultura y Pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina*. (231-271). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

### Datos del autor

**Bernardo Suárez** es magister en Análisis del discurso por la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Docente en Semiología y Análisis del discurso, Cátedra Di Stéfano, en la Universidad de Buenos Aires. Dictó seminarios de posgrado en el área del Análisis del discurso en la Universidad Pedagógica (UNIPE) y en la maestría en Análisis del discurso, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.