

14 cañonazos visuales de Discos Fuentes

Estudio iconográfico de la música tropical colombiana. Años 60 y 70

Ana María Valencia Isaza

Estudiante de pregrado del programa de Artes Visuales del ITM Medellín
Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM)
Estudiante investigadora – Auxiliar docente
Medellín, Colombia
Anamariav.gpd@gmail.com

Resumen

La investigación de la producción sonora de una sociedad pocas veces se concentra en el componente visual que lo representa. Este proyecto nace en el marco de la investigación sobre patrimonio sonoro *Arqueología del chucu-chucu: La revolución sonora tropical urbana*¹ (Parra, 2014), que ofrece una base investigativa destacada sobre la ideología musical que se gestó en Colombia durante los años 60 y 70 y que perduró como propuesta creativa durante los años 80. [1]

La empresa Discos Fuentes se convirtió en una importante referencia de la industria discográfica en el país durante los años 60. Lograron ser gestores de una historia musical ya que tenían el “toque midas” para producir éxitos, y era tal la cantidad que decidieron hacer una recopilación anual bajo el nombre Los 14 cañonazos bailables. Su amplio consumo permitió que siguieran promoviendo esta categoría durante varios años. El producto innovó para su época ya que contenía 14 canciones y estaba grabado en formato estereofónico para mejorar la calidad del sonido.

Los 14 cañonazos se convirtieron en un símbolo de las fiestas tradicionales colombianas de fin de año, y la imagen que representaba la carátula era pensada con un modelo publicitario que, en un inicio utilizaba elementos honoríficos y luego pasó a un patrón sugestivo. Entre el 61 y el 65 el cañón del Castillo de San Felipe en Cartagena, lugar originario de la empresa, fue una referencia icónica que formalizaba la idea de cañonazos musicales para después ser reemplazados por el significado tropical que incorporaba la figura de la mujer.

Resulta importante destacar el papel que la imagen cumplió en la difusión de este género musical, pues revela una construcción de carácter artístico en el diseño de objetos visuales, mediante elementos que se repiten acompañando la estética musical. En la actualidad podemos retomar su conexión con la cultura gracias a la relación que se estableció entre la música tropical y cierto tipo de imaginario visual.

¹ Uno de cuyos productos audiovisuales, el documental *Afrosound: Cuando el chucu-chucu se vistió de Frac* fue galardonado con el premio Simón Bolívar en crítica para televisión en 2014.

Estas piezas gráficas sobreviven al paso del tiempo por estar plasmadas en elementos físicos como las carátulas de los LP, que siendo herramientas publicitarias son el objeto de estudio dentro del estado del arte propuesto. Las carátulas permiten un proceso de formación de un público específico que, consume la música a través de percepciones visuales.

La difusión de propuestas que combinan el valor visual en producciones musicales se convierte en una oportunidad para aprender sobre aspectos técnicos, estéticos y narrativos que admiten estudiar productos comerciales como posibilidades artísticas, así también someter a una relectura elementos que por algún tiempo han existido bajo un régimen sensorial de exclusividad.

Palabras clave

Carátulas, iconografía, música tropical, industria discográfica, publicidad, historia musical, patrimonio, sonoridad, diseño.

Texto

La investigación sobre el componente visual de la música tropicalailable *14 cañonazos visuales de Discos Fuentes*, se deriva del proyecto institucional del Instituto Tecnológico Metropolitano sobre la recuperación de Patrimonio sonoro. Esta ponencia contiene los avances de un estudio mayor para un trabajo de grado.

Para garantizar una aproximación al estudio de las carátulas de la recopilación de la casa disquera Discos Fuentes, empearé por presentar el panorama general de la producción musical en Colombia y la importancia de la industria discográfica, que nos permitió traducir un fenómeno cultural como la *música tropicalailable* a través de la fabricación de su imagen.

Luego explicaré el aparato teórico mediante el cual analizamos la estructura narrativa presente en la producción de los *14 cañonazosailables*, que siendo un objeto de estudio de carácter visual nos hemos apoyado en la semiótica por medio de tres estructuras relacionales: El estudio de Charles Peirce y la relación del signo con el carácter indexical, icónico y simbólico; las edades de la mirada de Regis Debray[1] y el estado conceptual de la imagen en la esfera semiótica de Juan Diego Parra. [2]

Esta manera de proceder frente al análisis de la imagen permitió que el estudio de productos que desde su fabricación responden a una función publicitaria, es decir, que apelan a un interés y tienden a idealizar, sean evaluados a través de reflexiones que convierten a la imagen en un signo del cual es posible obtener una información.

Comenzaremos entonces por decir que durante la segunda mitad del Siglo XX en Colombia, empezó a emerger un circuito musical que como manifestación cultural tuvo su momento de esplendor en la ciudad de Medellín. Gracias a la radiofusión y a la industria discográfica que incipientemente se estaba estableciendo en dicha ciudad, *el fenómeno de la música tropical* se impuso como discurso en el escenario cultural durante los años 60 y 70, y perduró como propuesta creativa durante los años 80. Con el tiempo, este discurso fue estableciendo unas

pautas de creación que desde lo sonoro y lo visual, definieron convenciones narrativas de la percepción de lo tropical. En Medellín entonces, empezaron a concurrir músicos de la costa Caribe influenciados por un tipo de sonoridad tropical, y que correspondiendo a un contexto en que intérpretes antioqueños querían hacerse un lugar en la producción musical, se fue gestando un híbrido entre influencias campesinas antioqueñas y sonoridades costeñas que fue bautizado posteriormente como **chucu-chucu**.

El principal difusor de este movimiento musical fue la casa discográfica *Discos Fuentes*, fundada en Cartagena en 1934 y que veinte años después se trasladaría a la capital antioqueña. Su éxito industrial lo convirtió en un referente en cuanto a producción, composición e innovación en la fabricación sonora. Al esto manifestarse en un éxito comercial, en 1961 deciden hacer una recopilación de sus canciones más sonadas durante el año en un disco variado, el primero en su género, titulado *Los 14 cañonazos bailables*. Teniendo en cuenta algunos trabajos realizados por el Grupo de Investigación de la Facultad de Artes y Humanidades del ITM, en torno al patrimonio sonoro colombiano, hemos querido estudiar el componente visual de las producciones musicales en Colombia. Haciendo énfasis en pensar lo patrimonial en términos visuales análogos a lo sonoro. Nuestro interés en la construcción de la imagen buscaba reflexionar el fenómeno visual de la música tropical, que a través de la recopilación que año tras año producía Discos Fuentes iba generando un consumo y una formación de público. Discos Fuentes buscaba que su producto de los *14 cañonazos bailables* generara una expectativa del producto ofrecido y la experiencia obtenida. Por esto la imagen de la carátula, pensada como imagen publicitaria tuvo repercusiones en la construcción de nación e identidad.

El modelo semiótico posibilita una aproximación a este tipo de imagen y configura un significado que examina su fabricación frente a un campo de decisiones, conscientes o inconscientes, que rigen las obras creadas como producto de una realidad que debemos descifrar. Teniendo en cuenta que en las piezas existe una construcción gráfica de acuerdo a unos grados de iconicidad, la pregunta que administró la investigación fue ¿Cuál es la correspondencia de la imagen de la carátula con el contenido del disco?

Para formular una respuesta acudimos a la relación entre el sujeto y un objeto que produce y consume, mediante la interpretación del significado de un vínculo que se establece. Dirigiendo la propuesta hacia el entendimiento de la fabricación y activación de la imagen de los 14 cañonazos bailables, como un objeto de estudio que de acuerdo a un contexto se transforma en signo. Peirce propone el acercamiento a un valor de verdad del signo desde tres dimensiones de representación: **El índice, el icono y el símbolo**. Para el **índice** definiremos que crea una relación con el objeto, en cuanto a que *indica* directamente lo que quiere representar. Los mecanismos gráficos que subyacen se comportan como códigos que son parte de un todo y su uso es una extracción de una realidad general. Para el **icono** precisaremos los elementos bajo el carácter de *semejanza* que un objeto representado del mecanismo grafico guarda con relación a una realidad mayor, y que establece un vínculo de reconocimiento a través de los

atributos. Y para el **símbolo** la relación con el valor de realidad en el mecanismo gráfico se determina de manera convencional y se manifiestan mediante la conexión de la imagen con un contexto interpretativo.

Definido el signo y sus valores relacionales en Peirce, pasamos a Debray donde se presenta que este método de análisis de la imagen implica una apropiación de la mirada de acuerdo con variaciones tecnológicas y el cambio de prácticas colectivas que estas introducen. Donde la imagen crea un territorio, y la experiencia activa y desactiva las conexiones de lo que está latente en ella. Y finalmente, las dimensiones del signo y la apropiación de la mirada se integran en una esfera que activa su enlace con una realidad discursiva. Parra, quien presenta la integración de la imagen en la esfera semiótica, explica que el campo conceptual se introduce como un sistema de signos, que se potencian en un espacio de reflexión donde se reconocen los códigos que extienden las posibilidades de interpretación.

Ahora bien, al haber aclarado el contexto en el que se desarrolló el fenómeno de la música tropical bailable, el papel de la industria discográfica *Discos Fuentes* en la construcción de discurso desde lo sonoro y lo visual, y el aparato conceptual de orden semiótico que permitió guiar el análisis; adaptaremos el mecanismo gráfico a este modelo de interpretación semiótico, presente en las carátulas de los 14 cañonazos bailables, de la recopilación de los años 60 y 70.

La construcción gráfica de las carátulas concierne principalmente a un periodo en el que el formato de distribución fue el Long Play, por lo que la metodología se aplicó a las copias de medida 32 x 32 cm. El sistema por medio del cual se aproximó a la interpretación se formalizó de la siguiente manera: Primero una descripción de las unidades que se identificaron buscando una construcción de sentido, segundo esa construcción de sentido dispuso una relación entre los elementos que instalo un mecanismo gráfico, y tercero ese mecanismo se llevó hacia las dimensiones indexical, icónica y simbólica. Para el primer paso identificamos que en sus primeras ediciones, los productores de las carátulas de los *14 cañonazos bailables* querían hacer una referencia al cañón de San Felipe en la ciudad de Cartagena, que era alusivo al lugar de origen de la empresa *Discos Fuentes*. Además la decisión gráfica de representar el cañón en la portada, también permitía un juego sonoro-visual entre el nombre y la potencia llamativa de las canciones que contenía. El texto, la imagen y los colores se dispusieron para el reconocimiento de una atmósfera que suscitó una realidad tropical que se idealizó desde una empresa cartagenera que estaba instalada en Medellín. El sistema gráfico buscó la correspondencia no solo por la forma sino también por unidades que en sí mismas emanaran una realidad de la cual provenían.

El sistema gráfico, según las enunciaciones que Joan Costa[3] esclarece sirvieron para identificar desde el diseño las constantes que componen las carátulas. El modo de representación de acuerdo a los textos y la expresividad cromática son recursos que intervienen en la caracterización de estilo. El texto que enuncia el producto contiene caracteres técnicamente intervenidos por grafismos señaléticos que imitan una explosión, su composición

es legible lo cual cumple su función comunicativa aunque en algunos casos esta aplicación es más acertada que en otras. Mientras que en otros tipos de enunciación como las canciones o los grupos participantes, están con un tipo de letra geométrico que inmediatamente dirige la importancia al nombre del producto por ser más llamativo. Las funciones de legibilidad y persuasión subyacen en el cromatismo expresivo, la familiaridad de los colores cálidos que componen cada carátula están una tonalidad que remite el trópico. Así tonalidades entre el amarillo y el rojo, que son colores cálidos se utilizan en las partes de la composición que puedan contrastar con colores más acentuados, en algunos casos esta cromaticidad tipográfica se intervino con franjas de un color neutral o con tonalidades frías que no perturbaran la fotografía y que lograran ser explícitas. Las connotaciones persuasivas que se lograron de acuerdo con la imagen, el texto y su color afirmó que la construcción de sentido apuntaba a una percepción visual de la música tropical, en un escenario donde las unidades compositivas articularon sus elementos como mecanismos gráficos. Siendo la fabricación de las imágenes de las carátulas una producción que no están aisladas entre ellas ni de un contexto general, se decidió ubicar el análisis identificando dos bloques de interpretación: Los usos del cañón y el protagonismo de la mujer.

Entre el volumen 1 (producido en 1961) y el volumen 6 (1966), la fotografía del cañón fue tomada por Hugo Molina, un aviador que fue el encargado de realizar la caratula para la producción durante este periodo. Aquí el artefacto es un protagonista principal que revela una construcción de imaginario visual que referencia a la ciudad de Cartagena y la procedencia de la sonoridad tropical de la música del disco. Sin embargo en el 66, el cañón es incluido como un juguete y la protagonista principal es una mujer en bikini, a quien estos cañones apuntan. Por lo que el paso de la referencia icónica que formalizaba la idea de cañonazo musical, fue reemplazado con el significado tropical que el protagonismo de la mujer adquirió. La mujer se convirtió en la fórmula de lo tropical desde el 67 en adelante, hasta el 98 que por el advenimiento del CD se dejó de producir las carátulas de 32x32 cm. La caratula del 67, el volumen 7 muestra una mujer que cuelga de un faro, una torre que pertenece a un contexto marítimo y que cumple la función de guiar a los navíos hacia los puertos. La significación visual alude a un escenario narrativo que vuelve a introducir la idea de Cartagena, pero ahora es la mujer quien protagoniza el estallido musical.

A partir del 68, la dirección creativa de las carátulas estuvo a cargo de Rosario Fuentes, hija de Don Antonio Fuentes dueño de la casa discográfica. Las mujeres que estaban en la portada poseían unidades que se dividen en tres bloques: Las que sugieren un desnudo, las que están vestidas con ropa regular de la época y las que están con un vestido de baño. Estos modos de representación fueron adoptados como atributos que servían para identificar una transformación del estímulo semántico a través de lo sonoro, en un soporte visual que se basaría en un patrón sugestivo.

Retomando los bloques de interpretación del mecanismo gráfico, la relación de elementos enuncia la descripción de una construcción de sentido. Es por esto que las dimensiones signicas de Peirce, luego de identificar

las repeticiones figurativas y latentes del fenómeno de la música tropicalailable, nos muestran unas convenciones narrativas que apuntan hacia el cañón y la mujer como familiarización del espacio sonoro tropical.

El cañón del Castillo de San Felipe en una dimensión indexical, icónica y simbólica como lo hemos presentado a lo largo del trabajo, parte de la representación de una fortaleza que es un fragmento arquitectónico de una realidad que en este caso es la costa Caribe, y que se conecta mediante los atributos fotográficos. Sin embargo la dimensión del plano simbólico, tanto en este caso como en el uso y fragmentación del cuerpo de la mujer, requiere una observación que de manera latente utilizó los recursos que siendo producto del entorno interactuaron entre una apropiación de signos.

Para concluir esta socialización quisiera hacer énfasis en la posibilidad de analizar la imagen como un signo, si consideramos que su construcción fija utiliza elementos que permiten una ‘familiarización’ con la realidad. La publicidad construye un *perfil imagen* que fija las condiciones que resaltan esa familiarización con el espacio, tanto en la producción (Qué se quiere decir) como en el consumo (Qué me está diciendo). Esa relación de comunicación que podemos obtener a manera de información, es la que nos permite tratar a una imagen impresa en un formato físico con fines comerciales como objeto de investigación. Sin embargo este proceder ante imágenes publicitarias se enfrenta a una dificultad en que como testimonio no puede ser estudiado como evidencia literal de una realidad, debido a que el interés constructivo está en un campo apelativo que desea idealizar el producto para conseguir un público. Es por esto que para la investigación la estructura semiótica abre un campo de posibilidades, en que el componente visual se sustente en un proceso de formación que disponga a interactuar un objeto según su uso e influencia en el discurso cultural.

Referencias

- [1] Debray, Régis. (1994). Las tres edades de la mirada. En *Vida y muerte de la imagen: historia de la imagen en occidente*. (Ramón Hervás, trad.) Barcelona, España: Paidós.
- [2] Parra, J. (2014). La imagen y la esfera semiótica. *Iconofacto, Vol 10* (Núm 14), 76-89.
- [3] Costa, Joan. (2007). Semiótica gráfica. En *Diseñar para los ojos*. Barcelona, España: Autor-Editor. Pg 51-71.

Bibliografía

- [1] Burgos Herrera, Alberto. (2001). Antioquia bailaba así. Medellín, Colombia: Lealón.
- [2] Burke, Peter. (2005). Visto y no visto: El uso de la imagen como documento histórico. Barcelona, España: Crítica
- [3] Costa, Joan. (2007). Semiótica gráfica. En *Diseñar para los ojos*. Barcelona, España: Autor-Editor. Pg 51-71.
- [4] Debray, Régis. (1994). Las tres edades de la mirada. En *Vida y muerte de la imagen: historia de la imagen en occidente*. (Ramón Hervás, trad.) Barcelona, España: Paidós

- [5] Parra, Juan Diego. (2014). *Arqueología del chucu-chucu: La revolución sonora tropical urbana*. Medellín, Antioquia: Instituto Tecnológico Metropolitano: Alcaldía de Medellín
- [6] Parra, J. (2014). *La imagen y la esfera semiótica*. *Iconofacto*, Vol 10 (Núm 14), 76-89
- [7] Peláez, Ofelia. Jaramillo, Luis (1996). *Colombia... unamusal: empresa una historia*. Medellín, Colombia: Discos Fuentes
- [8] Restrepo, Oscar. (2004-2007). *La web de los 14 cañonazos bailables*. Bucaramanga, Colombia. Recuperado de <http://www.oocities.org/es/canonazosweb/index.htm>
- [9] Thorgerson, Storm. (1999). *100 Best Album Covers*. Londres, UK: DK Pub

Biografía del autor

Ana María Valencia Isaza

Estudiante de pregrado del programa de Artes Visuales del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín. Actualmente desempeña funciones como auxiliar docente para la Facultad de artes y humanidades en la coordinación de los semilleros de Estética y Secuencia 1. Su proceso investigativo se basa en el interés particular por la construcción de la imagen y el lenguaje audiovisual desde la configuración teórica y práctica. Actualmente se encuentra en curso del decimo semestre del pregrado en el desarrollo monográfico de su profesionalización.

http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000027465

Reconocimientos

Este proyecto se realiza con el apoyo académico del Semillero de investigación/creación en objetos audiovisuales y estudios de la imagen: *Secuencia 1* y el Semillero de Estética, adscritos a la facultad de Artes y Humanidades, del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín.