

NARRATIVA VISUAL Y SU INFLUENCIA EN EL PROCESO METAFÓRICO DE LA IMAGEN. REFLEXIONES DE LOS ELEMENTOS ICÓNICOS DE LAS PORTADAS DE DISCOS DE LAS BANDAS THE BEATLES Y PINK FLOYD

Cristian Fernando Alba Riofrío¹

Universidad Tecnológica Israel

cristianalbariofrio@gmail.com

Andrea Salomé Morales Galárraga²

Universidad Tecnológica Israel

E-mail: amorales@uisrael.edu.ec



RESUMEN

Este documento propone puntos reflexivos sobre la importancia del mensaje visual-subjetivo dentro de la imagen publicitaria. Tomando como referencia a las bandas emblemáticas: The Beatles y Pink Floyd, cuyas gráficas con alto valor semiótico son generadoras de millones de ventas a nivel mundial. Es así que el artículo basado en el estudio y análisis de 4 portadas de discos pretende acercar a una nueva percepción sobre el arte funcional. En un primer acercamiento se identifica y se detallan los elementos iconográficos existentes y se relaciona significados entre lo real e imaginario. Una vez establecida esta evaluación, se desglosan conceptos conectados al subconsciente del ser humano y que están impregnados en el pensamiento colectivo de una generación.

PALABRAS CLAVE

Narratología, cultura visual, semiótica, diseño gráfico, arte funcional, portadas de discos

ABSTRACT

This document proposes reflective points on the importance of the visual- subjective message within the advertising image. Taking as reference to the emblematic bands: The Beatles and Pink Floyd, the graphics with high semiotic value are generating millions of sales worldwide. Thus, the article based on the study and analysis of 4 album covers, aims to bring a new perception about functional art. In a first approach, the existing iconographic elements are identified and detailed and meanings are related between the real and the imaginary. Once this evaluation is established, concepts connected to the subconscious of the human being and that are impregnated in the collective thought of a generation are broken down.

KEYWORDS

Narratology, visual culture, semiotics, graphic design, functional art, disc covers

INTRODUCCIÓN

Para intentar construir gráficas de alto valor simbólico que evoque el interés de la audiencia, es necesario conocer la relación entre la identidad gráfica-sonora y los fenómenos sociales. En el año de 1960 y 1970 “el rock adquiere el estatus de arte, entendido éste como una actividad simbólica con intención estética, recreadora de emociones, sentimientos y de la propia realidad, utilizando para ello el sonido” (Pimentel, 2016:53).

Una realidad que se ve reflejada en letras y gráficas; mensajes que manifiestan sensaciones de placer, satisfacción, angustia o repugnancia que están atadas a sucesos enigmáticos y sublimes intenciones en el entendimiento, es decir tratar de trasladar las emociones más sensibles del alma (Kant, 1764).

Bandas como The Beatles y Pink Floyd evolucionaron el arte, donde además de convertirse en fuentes generadoras de dinero, son creadoras de orden político, es decir, la idealización de la sociedad que, junto a una marca, impulsaron el consumo mercantil, sinónimo del progreso capitalista. Es así que, el valor económico radica en la asociación de un contenido ideológico elevado, de la verdad y lazos que comparte la sociedad (Attali, 1995). Jacques, doctor en ciencias económicas, explica que el arte musical es “ciencia, mensaje y tiempo, la música es todo eso a la vez, pues ella, por su presencia, es modo de comunicación entre el hombre y su medio ambiente, modo de expresión social y duración” (1995:18).

En el Ecuador, existen vigorosos movimientos que aspiran emprender artísticamente en el género rock y es importante aclarar sobre la incorporación de conceptos de alto valor simbólico que, a más de comunicar, expresen y reflejen una ideología, una conexión directa en el interés de la audiencia y con ello ganar el respeto y espacios de difusión del contenido en el país (Ayala, 2008).

Por tal, el propósito de este artículo es facilitar la comprensión del mensaje metafórico incrustado en las portadas emblemáticas de los años 60’ y 70’ que marcaron un cambio en la industria discográfica.

METODOLOGÍA

En el presente estudio se empleó una metodología mixta. Partiendo desde lo cualitativo, se centró en el análisis iconografía de las portadas: fondo y forma, con el fin de conocer a detalle las técnicas de construcción y comunicación. Posteriormente se empleó la técnica de observación estructurada, donde se ha realizado una valoración minuciosa de los elementos visuales existentes. Tras la obtención de datos relevantes, se empleó el método de narrativa visual que se caracteriza por contar una historia a través del discurso de la imagen, se relaciona sucesos históricos, culturales, profesionales y personales que marcaron a las bandas The Beatles y Pink Floyd (Figura 1). (Morales y Luna, A. 2017)



Figura 1. Escalera metodológica

Fuente: elaboración propia

RESULTADOS

En busca de una herramienta de lectura narratológica visual

Dentro de la metodología utilizada, se ha creado la tabla de análisis iconográfica (Figura 2), donde se establece parámetros importantes para la lectura subjetiva del mensaje visual. Primero se establece datos generales de la portada en base a la construcción gráfica, se señala el tipo de figura/forma y se detalla los elementos visuales dentro de la composición gráfica. Del mismo modo ocurre con la descripción de la tipografía y cromática existente, información valiosa que nos acerca a las emocionales que desean transmitir.

En una segunda categoría se conoce las técnicas de comunicación visual; acercamiento directo al mensaje metafórico que refleja sentimientos e ideales rebeldes que para la época evocaban la curiosidad de jóvenes confundidos entre la melancolía.

Estas categorías permitieron conocer sobre la influencia gráfica que marcó un estilo de vida en contra del sistema a finales de los años 60' e inicios de los 70', "Los Beatles, con sus estafalarias actitudes, música "psicodélica" y extraña forma de vestir protestaron a su manera contra el establishment, los convencionalismos sociales, la violencia, la guerra, la discriminación de las minorías, la lujuria consumista, el lujo y los falsos valores de la sociedad capitalista" (Borja, 2014).

Valoración que permitió vincular al arte con la filosofía, conceptos que intuyen en explorar más allá de lo que se ve, por lo tanto, el mensaje connotativo se vuelve enriquecedor a nivel subconsciente, por el manejo e interacción de los signos no verbales que incitan al receptor a interpretar y en ese proceso surge el intercambio de valores simbióticos, donde los paradigmas utópicos y oníricos se transforman en el interés del espectador.

En Ecuador no se evidencian estudios sobre herramientas metodológicas que permitan realizar una lectura de tipo narrativa visual, por tal, se establece una propuesta de enfoque mixto; exploración interpretativa con el fin de extraer valoraciones amplias, profundas y vinculadas al tiempo.

Nombre de Portada/Artista		Forma y Fondo	Ficha: N° 1	
Figuras Geométricas	<input type="checkbox"/>			
Figuras Orgánicas	<input type="checkbox"/>			
Formas Figurativas	<input type="checkbox"/>			
Formas Naturales	<input type="checkbox"/>			
Formas Artificiales	<input type="checkbox"/>			
Cromática		Tipografía		
Paleta de color				
Técnicas de comunicación visual				
Equilibrio	Asimetría	Simplicidad	Predictibilidad	
Actividad	Acenitio	Distorsión	Yuxtaposición	

Figura 2. Propuesta de análisis iconográfico de los elementos visuales

Fuente: elaboración propia

Entre el discurso y la historia: portadas de discos de las bandas The Beatles y Pink Floyd

A través del diseño gráfico se ha realizado un acercamiento al mensaje e interpretación semiótica de las portadas: “Help!”, “Yellow Submarine”, “Wish You Were Here” y “Dark Side Of The Moon”. El estudio a profundidad puede ser visualizada en la tesis: Diseño de infografías sobre las portadas de discos de los años 60’-70’ del género rock-blues, caso Pink Floyd y The Beatles, propia del autor.

En el año de 1965 se lanza el quinto álbum de la banda The Beatles, “Help!” donde se intenta hacer una manifestación en contra de la guerra de Vietnam y un desesperado intento por descansar de la fiebre *Beatlemania*. Protesta que se refleja en rostros, actitudes y poses de los integrantes de la banda, acompañada de prendas de vestir que hace referencia a la vestimenta militar con colores fríos, emocionalmente frustrados y ausentes por la complicada situación que vivía el mundo.

En el año de 1968, nace el álbum “Yellow Submarine”, donde este pensamiento se potencializa y es acompañada por esperanzas hedonistas, borrando barreras como el racismo, la violencia política-social en busca de la integración cultural.

Mientras en el año de 1973, Pink Floyd se destaca por opacar el pensamiento hedonista de los años 60’ por la realidad cáustica, destructiva que encadena al ser humano, el capitalismo y la revolución industrial que invade la pura esencia del hombre, conceptos que se ven reflejados en la portada “Dark Side Of The Moon”. Es así que los integrantes de la banda tomaron al arte como su única arma de protesta ante el régimen político, social y económico.

Continuaron los años y la banda Pink Floyd estaba afectada por la ausencia del ex líder y fundador de la banda Syd Barret, que por el exceso de sustancias psicotrópicas sufrió un deterioro mental y la industria discográfica lo desechó al olvido del público.

Está anarquía y supremacía por parte de la industria fue motivo de inspiración para la creación del álbum “Wish You Were Here” en el año de 1975. Emociones como la angustia, el remordimiento y la culpa, así como el engaño y egoísmo del sistema industrial que reprime al artista, forjaron sentimientos de ausencia que hicieron del disco un éxito mundial. Esta pieza representa solo un ejemplo de la mirada cada vez más crítica de la banda y este disco plasma un desencanto muy humano en contra de un sistema que reprime, hostiga y lleva al individuo a extremos perniciosos (Méndez, 2014).

Es así como las portadas de estudio rompen con lo convencional y establecen nuevas formas de conectar emocionalmente. Tendencias artísticas como el surrealismo, dadaísmo y la abstracta marcaron un enorme crecimiento en el mercadeo del arte; la música y la portada de disco comparten una relación simbiótica con el fin de crear una identidad del artista-producto.

En el caso del disco “Dark Side Of The Moon”, su imagen llena de simplicidad evoca elegancia, formalidad-rebeldía y misticismo, que al ser incrustada en cualquier soporte publicitario influye en la percepción de compra del consumidor aficionado.

Otro ejemplo claro sucede en el disco “Wish You Were Here” (Figura 3), donde sus ventas se basaron en la expectativa del producto. El *packaging* estaba envuelto de plástico negro haciendo ilusión a la funda de basura, con esto, el espectador lleno de dudas y emoción sentía el deseo de abrirlo y descubrir que esconde. Luego, al descubrirlo se encontraba con una gráfica llena de misticismo; existe una preocupación por la estética visual que intenta relacionar los conceptos sonoros y gráficos.



Figura 3. Presentación del disco con envoltura.
 Fuente: HeadCan Music

Este mismo patrón se ve reflejado en la portada “Help!”, por el cuidado estético y equilibrio visual se modificó las letras H-E-L-P a N-U-J-V del alfabeto semáforo. La posición de manos y vestimenta incitan a reflexionar sobre la situación de la época (Figura 4).



Figura 4. Poses del alfabeto semáforo: HELP Y NUJV.
 Fuente: Robert Freeman.

No obstante, con respecto al disco “Yellow Submarine”, los dibujos vanguardistas surrealistas que rompen con lo convencional están orientadas a la tendencia gráfica Pop Art que se centra en el manejo de colores brillantes y gráficas no lineales que pretenden dar significados a objetos de fantasía con mensajes ocultos y psicodélicos. El estilo gráfico experimental se manifiesta en series animadas como: Los Autos Locos, La Pantera Rosa y los Simpson, como se puede ver en la Figura 5.



Figura 5. Serie animada Pantera Rosa y Los Simpson.
 Fuente: Friz Freleng y Matt Groening

Los conceptos antes expuestos están sumergidos dentro de las portadas de discos; imágenes que manejan valor simbólico que interactúa consciente o inconscientemente en el espectador y es deber del artista conocer lo claro y oscuro de los fanáticos; gráficas que evoque la admiración de estos.

Además, el diseñador gráfico toma un papel importante para la producción de imágenes comprometidas con la identidad, historia y el sentimiento del disco. Hay una evolución en la carátula del álbum a medida que avanza la tecnología...Por eso hay que profundizar en la inspiración; lo que los impulsa a crear. Se trata de música, y quiero que estén bien representados para generar dicha conexión (Joe Pérez en entrevista para Domestika, 2018).

Para la presente investigación se ha realizado la construcción de 4 infografías (Figuras 6 y 7), herramienta visual que permite facilitar el entendimiento sobre la identidad visual y que servirá de apoyo hacia la exploración intuitiva y racional del espectador.

Estos datos relevantes se han establecido en 3 secciones: en la primera sección se presenta el logo de la banda, el álbum con un título junto a datos generales sobre el contenido y quién/cuándo fue realizado. En la segunda sección se da énfasis en exponer los elementos visuales con su significado connotativo. En la tercera sección, se detalla la cromática encontrada junto a su simbolismo. Cabe señalar que la sección 1 y 3 están relacionadas con la sección 2.

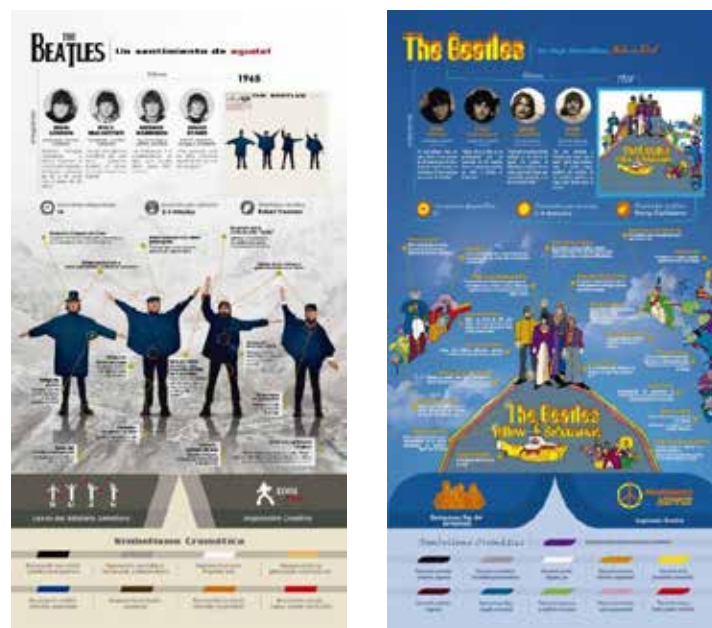


Figura 6. Presentación de infografías de la Banda "The Beatles".

Fuente: elaboración propia



Figura 7. Presentación de infografías de la Banda "Pink Floyd"

Fuente: elaboración propia

La cultura visual y las nuevas percepciones sobre el arte funcional

Se entiende por cultura visual a toda imagen que se proyecta e interactúa en la percepción racional, transformando parte de la realidad del observador. Es así que las imágenes poseen mensajes con intención de controlar y manipular al ser humano ya sea con fines políticos, económicos, culturales, sociales o religiosos. Por lo tanto, cada individuo de la sociedad está sumergido inconscientemente a una dosis diaria de cultura visual que pretende moldear pensamientos de interés y consumo.

Por lo tanto, la imagen posee su propia naturaleza y función, convirtiéndose así, en el centro de los sistemas de comunicación para el consumo de productos tangible e intangible.

Y es que, el cerebro no solo procesa la información visual, sino que crea imágenes internas que faciliten el proceso de razonar, optar por una estrategia y actuar frente al entorno que lo rodea (Cairo, 2011). Reflexiones que conllevan al individuo a crear su propia narrativa visual en base de conexiones, recreaciones y experiencia que inconscientemente acerca a una nueva realidad.

Es el caso de las bandas estudiadas, quienes con su arte llevaron a los jóvenes de los años 60' y 70' a una nueva definición de la belleza y con ello pasaron a formar parte del génesis del género rock; letras y gráficas que expresan sin tabúes, sus más íntimos y oscuros deseos, así como la esperanza de derrocar el sistema social y el consumismo industrial; representaciones emocionales reprimidas que sirven como concepto de identidad de una generación.

CONCLUSIONES

Gracias al estudio realizado, se puede deducir que las portadas analizadas se convirtieron en una influencia clave que cambió la visión del mundo en los jóvenes de una generación y su influencia aún es palpable en la

actualidad. Es así que los conceptos sonoros con alto valor simbiótico, conectados a la identidad de la imagen, permitieron exportar la cultura británica por todo el mundo. Cabe señalar que los conceptos de alto impacto artístico han sido fuentes de inspiración para bandas como: The Doors, Queen, Led Zeppelin, Aerosmith, AC/DC, Deep Purple, Frank Zappa, entre otros.

Por ende, las influencias filosóficas han logrado crear gráficas místicas que están ligadas a sucesos trágicos personales e históricos que marginaron a una generación, y junto a sonidos progresistas, surgió una combinación de efectos inauditos con un resultado futurista para la época.

Por lo tanto, el diseñador gráfico se enfrenta ante el desafío de descodificar los enjambres mentales que engloba el interés del espectador y más allá, su deber es unir y fortalecer los lazos emocionales entre integrantes-banda y banda- fanáticos. No obstante, este rol se ha visto invadido por publicidad basura, realizada por softwares gratuitos al alcance de personas inexpertas en términos técnicos y funcionales, de modo que, el diseñador debe aplicar el factor diferencial, crear imágenes con alto valor semiótico.

Imágenes que sean competentes a la hora de contar historias y que estimule el proceso de interpretación del individuo; piezas gráficas capaces de ocasionar algún tipo de comportamiento, provocando la valoración del arte.

REFERENCIAS

- Attali J. (1995). *Ruidos, ensayo sobre la economía y política de la música*. México, DF: siglo veintiuno editores, s.a.
- Ayala Román, P. (2008). El mundo del rock en Quito. Quito: Corporación Editora Nacional, Instituto de Estudios Avanzados. [http://biblioteca.udla.edu.ec/client/es_EC/default/search/detailnonmodal/ent:\\$002f\\$002fSD_ILS\\$002f18\\$002fSD_ILS:18260/ada?qu=M%C3%9ASICA&ic=true&te=ILS&ps=300](http://biblioteca.udla.edu.ec/client/es_EC/default/search/detailnonmodal/ent:$002f$002fSD_ILS$002f18$002fSD_ILS:18260/ada?qu=M%C3%9ASICA&ic=true&te=ILS&ps=300)
- Baptista, F. (2018). *La importancia de la ilustración científica y la infografía*. Entrevista a Fernando G. Baptista. <https://www.aecomunicacioncientifica.org/la-importancia-de-la-ilustracion-cientifica-y-la-infografia-entrevista-a-fernando-g-baptista/>
- Barthes, R. (1909). *La retórica de la imagen*. http://fba.unlp.edu.ar/lenguajem/?wpfb_dl=71
- Bermúdez E, Crespo E, Prieto M & Vílchez A (2005). Rock, consumo cultural e identidades juveniles. (Un estudio sobre las bandas de Rock en Maracaibo). *Espacio abierto*. <http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Bandas%20de%20Rock%20en%20Maracaibo.pdf>
- Borja, R. (2014). *La contracultura de los Beatles*. Periódico El Comercio. <https://www.elcomercio.com/opinion/contracultura-beatles.html>
- Cairo A. (2011). *Periodismo funcional: formas y funciones*. Periódico el País. <https://blogs.elpais.com/periodismo-con-futuro/2011/07/formasyfunciones.html>
- Colle R. (1998). Estilos o tipos de infógrafos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12. <http://www.revistalatinacs.org/a/02mcolle/colle.htm>
- Domestika. (2018). *Joe Pérez: redefiniendo el diseño gráfico dentro de la música*. Entrevista con la plataforma Doméstica. <https://www.domestika.org/es/blog/1476-joe-perez-redefiniendo-el-diseno-grafico-dentro-de-la-musica>
- Eco, U. (1975). *Tratando de semiótica general*. Barcelona; Editorial Lumen, S.A.
- Fusell G. (2017). *Estilo de diseño a través de 10 décadas*. <https://design.tutsplus.com/es/articles/10-decades-of-design--cms-29370>
- García J. (2014). *Reciclaje: así conquistaron los Beatles a EE.UU.* Periódico BBC Mundo. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/02/140120_beatles_50_anos_eeuu_rocknroll_jgc
- Insuasty G. (2012). *Diseño e innovación a partir de procesos creativos. Ideograma como estudio de caso*. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/381_libro.pdf
- Kant, Immanuel. (1764). *Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime*. <https://www.biblioteca.org.ar/libros/89507.pdf>
- Leturia, Elio. (1998). ¿Qué es infografía? *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. [http://www.revistalatinacs.org/z8/r4el.htm#:~:text=Petersburg%2C%20Florida%2C%20nos%20dice%20que,contexto%20determinado%22%20\(4\)](http://www.revistalatinacs.org/z8/r4el.htm#:~:text=Petersburg%2C%20Florida%2C%20nos%20dice%20que,contexto%20determinado%22%20(4)).



- Meggs P. (1991). *La historia del diseño*. https://distecnologico.files.wordpress.com/2015/08/completo-historia-del-diseno-grafico-de-meggs-philip_2009.pdf
- Méndez, D. (2014). Pink Floyd y su importancia cultural: un tríptico. *Revista Herencia*, vol. 27(1 y 2), p. 71-73. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/herencia/article/view/19041>
- Morales, A. & Luna, A. (2017). La producción del videoclip y la narrativa de nuevos lenguajes: Aproximación a las influencias comunicacionales y artísticas en la obra de Floria Sigismondi. *Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen*, época 4, p. 217 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319863>
- Ocaña, A. O. (2013). Relación entre la objetividad y la subjetividad en las ciencias humanas y sociales. *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia*, 13(27). <https://www.redalyc.org/pdf/414/41431644004.pdf>
- Parra, J. D. V. (2014). La imagen y la esfera semiótica. *Iconofacto*, vol. 10, p. 88. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204310>
- Peirce C. (1897). *Lógica. La teoría del Razonamiento. Parte 1, vol.1*, p.15
- Peirce C. (1909). *La ciencia de la semiótica: La eternidad de Dios le pertenece*. Buenos Aires: Ediciones nueva visión. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/PEIRCE-CH.-S.-La-Ciencia-de-La-Semi%C3%B3tica.pdf>
- Pimentel, A. (2016). El rock: de la rebelde autenticidad a la forma-mercancía. *Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública* • Vol.3 No 2. FLACSO Sede Ecuador. <https://doi.org/10.17141/mundosplurales.2.2016.2843>
- Sánchez, A. (2015). Iconografía musical aplicada: Las portadas de discos de Iberia de Isaac Albéniz como caso de estudio. *Revista Transcultural de Música*, vol.19, p.25 <https://www.redalyc.org/pdf/822/82242883016.pdf>
- Sánchez, E. (2012). El concepto de diseño en el taller de diseño: reflexiones teóricas. *Revista digital Insigne visual*, vol. 4, p. 8 <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/insigne/article/view/1408/1026>
- Santaella, L. (2001) ¿Por qué la semiótica de Peirce es también una teoría de la comunicación? <https://www.redalyc.org/pdf/185/18501725.pdf>
- Torres, L. (2016). *La Música como un Medio Alternativo de Comunicación Ligado a la Revolución y la Reconfiguración Social* (Disertación doctoral). <http://148.215.1.182/handle/20.500.11799/65230>
- Gràffica. (2016). Design vs Art ¿Puede el diseño ser arte?, por Alex Trochut. <https://graffica.info/design-vs-art-alex-trochut/>
- Vásquez, F. (2013). Significación de los objetos: el diseño como instrumento del consumo. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/456_libro.pdf
- Zabalbeascoa, Anatxu (2016). Milton Glaser: “Diseño y arte son asuntos distantes”. https://elpais.com/elpais/2016/07/20/eps/1468965934_146896.html#56
- Zimmermann Y. (1998). *Del diseño: ¿Qué es el diseño?* Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L.



