

ESTUDIO Y ANÁLISIS DE PORTADAS DE DISCOS DEL SIGLO XXI Y SU TENDENCIA KITSCH

Juárez Vázquez Itzel Adriana (1), Téllez García María Isabel de Jesús (2)

1 [Licenciatura en Diseño Gráfico, Universidad de Guanajuato] | [iijrz23@gmail.com]

2 [Departamento de Diseño, División de Arquitectura, Arte y Diseño, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato]
| [tellez.isabel@ugto.mx]

Resumen

El presente estudio realiza un análisis del posmodernismo, su relación con el kitsch y cómo ambos se encuentran ligados al consumismo. Análisis que parte de los orígenes de las portadas de discos en los años cuarenta, y del rock con su paso a América Latina y su posterior transformación como género reflejo de la cultura de esos años. Estas referencias serán de ayuda para encontrar por qué en ciertos casos se encuentra la tendencia kitsch en las portadas de rock en español y si esto influye en el consumidor.

Abstract

The following study makes an analysis of posmodernism, its relation with the kitsch and how they are connected with consumism. This analysis starts from the origins of the album covers during the forties, the rock and its passage through Latin America and its later transformation into a genre which reflects the culture of those years. These references will help to find out why in some cases are found kitsch in album covers and if this influences the consumer.

Palabras Clave

Posmodernidad; Cultura; Sociedad; Consumismo; Discos

INTRODUCCIÓN

Lo que sea que hagas en tanto no sea Kitsch, decían los artistas modernos, [1] pero ¿no es este estilo pretencioso, pasado de moda y considerado de mal gusto parte de la cultura? La modernidad ha quedado atrás junto con sus ideales de progreso que ya no pueden satisfacer las necesidades de un nuevo milenio ni resolver el caos en el que estamos inmersos. La tecnología, la globalización, la cultura de masas, el consumismo, todas características de esta sociedad en constante cambio.

La posmodernidad no vino a cambiar el mundo, sino a dejar expresar su descontento o aceptación ante este ritmo acelerado, trae reconciliación entre pasado y futuro, pero, sobre todo, la posmodernidad acepta y muestra la cultura tal cual es. La música como parte esencial de la cultura, es también un reflejo de la sociedad. Se suele asociar muchas veces el género de música con cierta clase social, lugar o época. No nos extrañaría encontrar características kitsch en ciertos ritmos “populares”, pero ¿Hay kitsch en el Rock en español? ¿Cuáles son las características del kitsch? ¿El consumo es un factor determinante en la aplicación de éste estilo en el diseño de las portadas de discos del rock en español?

Con la finalidad de dar respuesta a las preguntas anteriores, se cuenta con la siguiente documentación: Rick Poyner (2003) en su libro *No Más Reglas de Diseño Gráfico Posmoderno* nos da un panorama general de cómo fue surgiendo la era posmoderna, su relación con los diversos movimientos culturales, como la música y el impacto de ésta en el diseño gráfico. Por otra parte, en *Apocalípticos e Integrados*, Umberto Eco (1964) ofrece las características de la cultura de masas, y su relación con el consumo y con el kitsch. Continuando con el tema del kitsch, Thomas Kulka (2011) introduce y da una idea general del tema en su documento titulado *El Kitsch*, y Abraham Moles (1990) profundiza en *El Kitsch, el Arte de la Felicidad*, dando los principios y características del mismo, su origen y su relación con el individuo y su entorno. Asimismo, se cuenta con algunos artículos como “The strangely enduring power of kitsch” (2014) de la BBC News que nos aporta un punto de vista más actual de la

tendencia Kitsch. En cuanto al tema del diseño de las portadas de discos el artículo de la revista Thought.Co titulado “Who Invented the Album Cover?” (2016) Nos dice cómo fue la evolución de las portadas de discos desde las simples envolturas hasta la actualidad, finalmente en el texto “La historia del rock mexicano en cinco vinilos emblemáticos” (2013) de la BBC México se traslada la evolución del rock a los problemas y sucesos en México relacionándolos con algunos álbumes importantes.

Mezcla de ritmos

En Estados Unidos durante los años 50, surgió un nuevo estilo de la combinación de dos estilos populares: el *Rhythm and Blues* afroamericano, y la *Música Country* dando como resultado el *Rock*, estilo que fue rechazado al principio por las clases altas, sin embargo no tardó en popularizarse y extenderse al Reino Unido, donde fue tomando distintas direcciones, adaptándose a los movimientos culturales de las décadas siguientes [2].

La influencia del rock llegó a México mediante versiones en español de éxitos estadounidenses hechas por artistas latinoamericanos. Esto fue aprovechado por los medios masivos de comunicación, produciendo copias que el público adoptó como propias. En los años siguientes el rock mexicano se fue independizando y adquiriendo su propio estilo, pero conservó el ideal revolucionario contrario al aspecto político de la época [3], característica que fue tomando más fuerza en los movimientos estudiantiles de la década de los 60, donde el rock fue otra forma más de protesta. El rock en español fue creciendo y expandiéndose a través de artistas como Carlos Santana y Maldita Vecindad quienes crearon e internacionalizaron el nuevo estilo. Las canciones incluían en sus letras frases populares, albures o dobles sentidos con un tono de humor combinado con una fusión de los ritmos *Ska*, *Reggae* y *Música Tradicional Mexicana* [4], caracterizando así al rock español, que más allá de una copia, adoptó y propuso un ritmo nuevo, de características propias.

Es mediante una combinación de estilos, características heredadas y elementos propios de la cultura popular y el entorno social, que surge el rock en español, como algo nuevo, el cual

después de seguir su curso y tomar nuevas rutas, debe enfrentarse a cambios políticos, sociales y culturales propios de la posmodernidad, se encuentra así ante una nueva tendencia, el *Kitsch*.

Posmodernidad, kitsch y consumo

El posmodernismo no rechaza ni es contrario a la modernidad, tiene algunas de sus características pero no comparte su significado. El hombre moderno creía en el progreso a través de la razón, en controlar al mundo ordenadamente y en una solución absoluta para los problemas, pero la posmodernidad no confía más en los ideales de progreso, conoce las diferencias dentro de su propia sociedad y no cree en soluciones absolutas. La modernidad en su posición de superioridad, de saber por dónde guiar a los demás, atacaba la cultura superior de masas, pero el posmodernismo se sabe dentro de ella, es su cómplice, destruye las barreras de clases, disuelve métodos únicos y esto le permite crear y experimentar mediante nuevas formas. Lo posmoderno está fragmentado, es poco profundo, indeterminado, ecléctico, no busca ser creador, recicla formas previas mediante la ironía y da múltiples significados a las cosas [5]. Así surge en esta indeterminación de significados, mezcla de estilos y como respuesta a la corriente moderna una nueva estética: El Kitsch, el cual se define de la siguiente forma:

Kitsch universal, estilo y modo de ser, tendencia permanente vinculada con la inserción en la vida de cierta cantidad de valores burgueses, el Kitsch será también un proceso de producción, una actitud del artista aplicado, una reverencia al rey consumidor. [6]

El término tiene relación con la palabra *Kitschen* que significa hacer muebles nuevos con viejos, y con el vocablo *verkitschen* que expresa hacer pasar gato por liebre. La expresión surgió en Múnich, en su sentido moderno en 1860. El kitsch está hecho a la medida del hombre, se encuentra al mismo nivel que la vida, pertenece a la clase burguesa, que lejos de la élite con su arte selectivo, se enorgullece de enaltecer su cultura. El kitsch es: inadecuado, distante con respecto a la función que debe cumplir. [7] Reemplaza lo puro por lo impuro, aun cuando describe pureza; es acumulador, el “siempre más” de la cultura burguesa, trata de atraer la mayor cantidad de sentidos al mismo tiempo. El kitsch se opone a la

vanguardia, es mediocre y por eso alcanza lo falso. Es un arte de masas, aceptable por ellas y propuesto para ellas como un sistema [8].

Por otra parte, el Kitsch es omnipresente, hay kitsch en la arquitectura, en la poesía y en la vida diaria. A veces un objeto es kitsch sin que seamos conscientes de ello, y otras lo es con toda la intención. Todos decimos haber visto algo kitsch, y aunque es difícil establecer características específicas éstas son algunas de sus formas elementales según Abraham Moles (1990):

- Superficies cubiertas por representaciones, símbolos u ornamentos.
- Contrastes de colores puros complementarios, tonalidades de blanco, el paso del rojo al rosa, violeta y lila, la combinación de los colores del arcoíris mezclados unos con otros.
- Materiales disfrazados, no se presentan tal cual son. Por ejemplo la madera se pinta para que parezca mármol.

Estas características nos dan una idea más clara y gráfica de lo que es kitsch, y en un sentido más profundo, el kitsch diluye la originalidad del arte para que todos la acepten, se basa en el consumismo: produce para consumir y crea para producir. Producir es copiar un modelo existente de modo automático, tarea donde el ser humano está ausente, es opuesto a crear, donde el intelectual introduce nuevas formas inexistentes y únicas [9]. En la actualidad el mercado se ve obligado a producir objetos predestinados a un consumidor específico, este objeto le indica cómo debe actuar y las reacciones que éste le debe provocar [10]. En la música, son las imágenes de ese objeto las que van a atraer la vista del consumidor. Con el uso de las nuevas tecnologías y adaptándose al nuevo mercado y las nuevas generaciones, la música se ayuda de los videos musicales y, aunque el auge de los discos de vinilo ya haya pasado, las portadas de disco son algo más directo y fácil de percibir, pues es una sola imagen un factor que contribuye al consumo.

Portadas de discos

Las portadas de discos se han convertido desde hace algunas décadas en una parte importante en la industria musical. Ya no se trata solamente de la música en sí, sino del aspecto que ésta tendrá y

de cómo atrapar al espectador desde el primer vistazo. El diseño de las portadas de discos tomó un giro en 1940 cuando la compañía discográfica estadounidense Columbia Records contrató en 1939 a Alex Steinweiss de veinticuatro años, como director de arte [11]. Steinweiss había demostrado su talento para la ilustración desde la preparatoria, ganando una beca para estudiar en Parson's School of Design en Nueva York.

Durante esos años los discos de vinil se vendían en tiendas donde había que preguntar por el título que se buscaba al vendedor, éstos se envolvían en un simple papel: *La forma en la que se vendían los discos era ridícula. Las cubiertas eran de color marrón [...] No eran atractivos*, decía el joven diseñador, así diseñó la portada de disco para la colección de canciones de Rodgers and Hart de 1939, donde el nombre del álbum estaba en una marquesina de teatro. La idea fue un éxito, los álbumes con ilustraciones en las portadas aumentaron las ventas en un 90%. [12]. Las sensibilidades del diseño moderno se aplicaron al diseño de portadas en la búsqueda de Steinweiss de expresar la música mediante formas visuales [13].

De esta forma las portadas de disco se convirtieron en un elemento importante en la conciencia de los consumidores sobre el diseño moderno. A diferencia de muchos envases desechables, los álbumes entraban en una casa para ser conservados y expresar una actitud cultural. La relación entre el estilo gráfico y el contenido musical era crucial porque la portada representaba una permanente declaración visual. Muchas soluciones visuales célebres fueron creadas para diversos géneros musicales [14].

A partir del desarrollo de las portadas de discos y con el nacimiento de diversos estilos musicales, el diseño gráfico ha colaborado añadiendo nuevos valores a la música, algunas portadas se han hecho famosas más por su imagen controversial o icónica que por la música en sí. Las portadas de discos para su venta, se dirigen a un público en específico mediante el diseño gráfico y éste a su vez, se ayuda de los estilos gráficos y tendencias en el diseño surgidas a partir de las nuevas tecnologías y los nuevos movimientos socioculturales.

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología empleada se basa en la investigación documental, que integra contenidos acerca de temas como el kitsch, la sociedad de consumo y el posmodernismo, enfocados al diseño de portadas de discos dentro del género del rock.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La vanguardia y el Kitsch han ido turnándose a lo largo de la historia: modernismo, kitsch, vanguardia, kitsch. Hay kitsch en el rock, sí, pero el kitsch es el arte burgués y por tanto de ahí es donde debe surgir. Es probable que la vanguardia haya sido ese grupo que surgió en Inglaterra o en Estados Unidos que creó un ritmo nuevo y al llegar a Latinoamérica y ser repetido y producido a través de los medios haya tomado características kitsch. Abraham Moles nos dice que el Kitsch “es el pasaje normal para acceder a lo auténtico” [15], éstas copias no reflejaban para nada la sociedad latinoamericana, tenían que tomar sus propias características, como decía un integrante de la banda de rock *Los Saicos*, precursores del punk: “queríamos mostrar lo que nosotros éramos” [16], ahí surgía de nuevo la vanguardia, pero de ahí también tenía que surgir el kitsch como elemento de paso hacia otra época. La nueva era de la posmodernidad con más razón tenía que cambiar los estándares establecidos. La sociedad moderna hizo su transición hacia la posmodernidad en todos los ámbitos. Los músicos ahora en una nueva época tratan de definirse a si mismos, relatan mediante la música la cuna donde nacieron, ellos transmiten la realidad tal cual es porque forma parte de ellos, combinan ritmos heredados, música popular, palabras correctas y lenguaje coloquial sin ningún miedo, ahí está el posmodernismo que acepta el pasado y crea un nuevo futuro, y ahí también está el kitsch.

Las portadas de discos a través del diseño gráfico trasladan un ritmo en una imagen, siguen el estilo del artista, pero también deben adaptarse al mercado de consumo, deben entrar y seducir al público. A continuación se hará un análisis de dos portadas de discos de rock en español surgidas después del año 2000, con la finalidad de

encontrar características del estilo kitsch en sus diseños.

Análisis de Portadas de Discos de Rock en español

Como ya se mencionó antes el rock en español surgió de la fusión del rock anglosajón con ritmos latinos, a través de la interpretación de bandas jóvenes que buscaban expresar sus descontentos y forma de vida en una época de cambios sociales. Para éste análisis se tomaron en cuenta dos de los grupos de rock en español más importantes: Jaguares y Enanitos Verdes, tomando una parte de sus respectivas discografías después del año 2000 y de ahí se partió para buscar entre los álbumes características del estilo kitsch. Estas fueron las portadas elegidas:



IMAGEN 1: Tic Tac de Los Enanitos Verdes (2013).
 Imagen: Coveralia.com

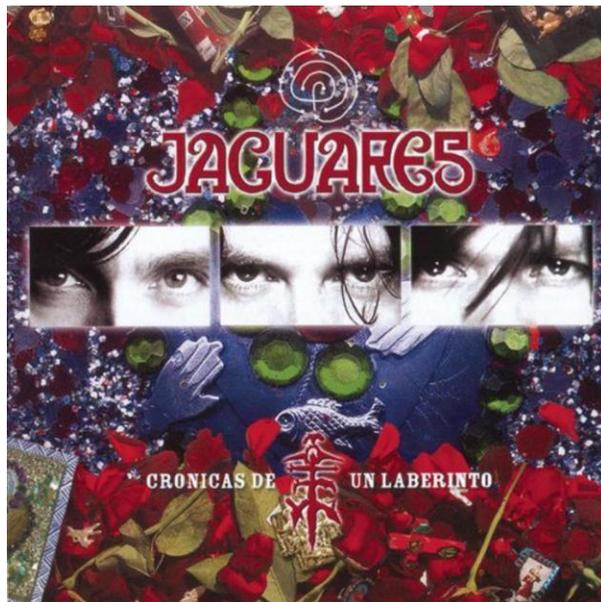


IMAGEN 2: Crónicas de un Laberinto de Jaguares (2005).
 Imagen: Coveralia.com

En ambas se puede notar saturación en la composición y un contraste muy llamativo, además los elementos que las componen están en muchos casos fuera de lugar con respecto al tema del álbum. Cabe decir que aunque las portadas contengan características del kitsch, no se toma en cuenta el buen o mal gusto, y que aún dentro del mercado, su tendencia kitsch no tuvo influencia en el consumo, puesto que, en éste caso su éxito se debió a la música.

CONCLUSIONES

El kitsch está en mayor o menor cantidad en todas partes y es utilizado con fines económicos en la música. En el análisis anterior se pudo comprobar que, en efecto, hay kitsch en el rock en español como resultado de su inserción dentro de la cultura popular, pero esta tendencia es más común en álbumes de los años noventa, anteriores a los que el análisis abarca. Es por esta razón que posiblemente pueden ser esos años los que Moles definía como los años de transición hacia lo auténtico, y que estemos en este momento en el inicio hacia una nueva etapa con nuevas corrientes y estilos.

REFERENCIAS

[1] BBC Magazine (2014). A Point of View: The strangely enduring power of kitsch. UK: BBC News. Recuperado de <http://www.bbc.com/news/magazine-30439633>

[2] Grierson, T.(2017). Rock Music: Its Origins and History. Thought.Co. Recuperado de <https://www.thoughtco.com/what-is-rock-music-2898293>

[3] Hernández A. (2013) La historia del rock mexicano en cinco vinilos emblemáticos. México: BBC Mundo. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130722_mexico_vinilos_historia_rock_jcps

[4] Musinetwork News(2017). Un poco sobre la historia del Rock en Español. Musinetwork School of Music. Recuperado de <http://musinetwork.com/historia-rock-en-espanol/>

[5] Poynor, R. (2003). No más Reglas de Diseño Gráfico Posmoderno. México. Edit. Gustavo Gilli.

[6] Moles, A. (1990). La inserción del Kitsch en la vida. En Moles, A (1 Ed.) El Kitsch, el arte de la felicidad (pp. 27) Barcelona, España: Ediciones Paidós.

[7] Moles, A. (1990). Los principios del Kitsch. En Moles, A (1 Ed.) El Kitsch, el arte de la felicidad (pp. 70) Barcelona, España: Ediciones Paidós.

[8] Moles, A. (1990). Ensayo de la tipología del Kitsch. En Moles, A (1 Ed.) El Kitsch, el arte de la felicidad (pp. 52) Barcelona, España: Ediciones Paidós.

[9] Moles, A. (1990). Kitsch, el arte de la felicidad (pp. 27) Barcelona, España: Ediciones Paidós.

[10] Eco, U (1968). Kitsch y cultura de masas En Eco, U. (1 Ed.). Apocalípticos e Integrados (pp. 88) España, Editorial Lumen.

[11] Bellis, M. (2016). Who Invented the Album Cover?. Thought.Co. Recuperado de <https://www.thoughtco.com/who-invented-the-album-cover-1992449>

[12] Gráfica (2011). Adiós a Alex Steinweiss, el padre de las portadas artísticas de discos. Gráfica. Recuperado de <http://grafica.info/adios-a-alex-steinweiss-el-padre-de-las-portadas-artisticas-de-discos/>

[13] Meggs, P. (1992). The New York School. En Meggs, P. (2nd Ed.), A History of Graphic Design (pp. 353). New York, USA: Van Nostrand Reinhold Editions.

[14] Aynsley, J.(2001). Jazz Covers. En Aynsley, J. (1st Ed.). A Century of Graphic Design (pp. 146). London UK: Octopus Publishing Group.

[15] Moles, A. (1990). Los principios del Kitsch. En Moles, A (1 Ed.) El Kitsch, el arte de la felicidad (pp. 78) Barcelona, España: Ediciones Paidós.

[16] García, J.(2011). Ni Sex Pistols ni Ramones; el punk empezó en Perú y en español. BBC Mundo. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/12/111223_saicos_precursores_punk_peruano_jgc.shtml