

2. Momentos de visualidad en lo fonográfico¹

EQUIPO UBACyT S024 — SUB GRUPO FONÓGRAFO.
DIRECTOR: JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ

23

El objetivo de este trabajo es describir algunos aspectos del desarrollo de la relación entre la música grabada o *fonografismo* y la visualidad que suele acompañarla enfocando la atención en la comunicación gráfica de los dispositivos fonográficos y de los géneros musicales. Se describen algunas de las relaciones de los diversos dispositivos fonográficos en las etapas de sus usos, respecto de sus metadiscursos gráficos. Esas relaciones no siguen un desenvolvimiento lineal. Definimos provisoriamente tres modos de la visualidad: la *hipovisualidad*, caracterizada por una baja o nula mostración de motivos gráficos y de imágenes; su contrario, la *hipervisualidad*, donde la visualidad se expande hasta la producción de imágenes trabajadas (claroscuros, estilizaciones, etc.) y/o ficcionales y, por último, la *archivisualidad*, que correspondería al momento actual en el que es menos frecuente la escucha ciega (expansión de la imagen en los recitales, videoclips, canales musicales, etc.).

Palabras clave: fonografismo ~ metadiscursos musicales ~ visualidad

1. Introducción

El teléfono, el fonógrafo y la radio mediatizan el sonido, lo despegan de su fuente, lo descorporizan, lo desvisualizan, ¿podría decirse que lo *desmaterializan*? En realidad, aunque de gran interés teórico, esa cuestión no se la plantea la sociedad: el sonido me-

1 Presentado originalmente como convergencia de diferentes trabajos de investigación en la Mesa “Memoria, visión, percepción. La percepción y los sentidos” en el *VII Congreso de AISV. VER Y SABER. Memoria, acción, proyección*. Sesiones México. Diciembre, 2003. El equipo en ese momento estaba integrado por José Luis Fernández (Director), Damián Fraticelli, Matías Gutiérrez Reto, Rubén Hitz y Santiago Videla. Actualmente, Fraticelli y Videla siguen trabajando en el equipo y continúan participando de estas investigaciones y discusiones acerca de lo metadiscursivo de lo fonográfico junto a colegas como Mariano Lapuente y Daniela Koldobsky. Las modificaciones en la presente versión fueron realizadas por José Luis Fernández, Santiago Videla y Damián Fraticelli.

diatizado nunca está definitivamente sólo. Así como tratamos rápidamente de conocer *visualmente* al desconocido que nos contacta por teléfono, la vida social de las técnicas fonográficas y de la radio han venido acompañadas desde el principio por metadiscurso visuales. Ese acompañamiento tiene, además, una vida compleja y no homogénea.

En nuestros días se ha naturalizado que la música grabada circule acompañada por una alta visualidad: en la televisión existen canales dedicados a la música donde se pasan video clips y recitales, los CDs traen impresas las letras (a su vez, frecuentemente ilustradas) y desde las bateas llaman la atención con los diseños visuales de sus tapas, los DVDs llegan con la novedad de agregar a las canciones videos, reportajes y datos de los intérpretes y *Youtube* es, entre otras cosas, una especie de vidriera audiovisual de productos musicales. Sin embargo, la vida de la música grabada no siempre se construyó con esta alta visualidad.

El objetivo de este trabajo es describir algunos aspectos del desarrollo de la relación entre la música grabada, o *fonografismo*, y la visualidad con el fin de retomar algunos resultados de investigación a la vez de abrir nuevas preguntas. Se centrará la atención en algunos momentos de la comunicación gráfica de los dispositivos fonográficos y de los géneros musicales.

1. Fonografismo

Denominamos *fonografismo* a todas las técnicas de *impresión y reproducción* del sonido diferenciándolas, en primer lugar, de las de *producción* de sonido que describen sus pioneros y las teorías e historiografías que de él se ocupan. En este sentido, la genealogía del *fonografismo*, se vincula más con dispositivos previos como el *fonoautógrafo*, que con el *organito*, o la *pianola mecánica* (KREHBIEL, 1958; LAINING, 1991; MILLARD, 2003; VIDELA, 2008). Mientras el primero consistía en un aparato que fijaba en un papel el registro del paso del sonido por el mecanismo, el segundo producía sonidos de un modo más cercano a la idea actual de instrumentos electrónicos o de sintetizadores (THOMPSON, 1995).

El *fonografismo* es, junto al teléfono y la radio, uno de los procedimientos de *abstracción* del sonido con respecto a su fuente sonora cuyo desarrollo se produce entre las últimas décadas del siglo XIX y primeras del siglo XX. Un campo de causas y consecuencias centrales de ese proceso que hemos descrito (FERNÁNDEZ, 2008) es la tensión entre esa *abstracción* (entendida en este caso como *extracción* de componentes de su contexto de producción) y la *concreción* de sus resultados. Aunque es imposible desarrollar aquí esa problemática, es importante que se comprenda que, por ejemplo, la voz o el timbre de un instrumento transmitidos por alguno de estos medios no son *representaciones* de la voz en el mismo sentido en que la imagen fotográfica —aún plena de su realismo— es una representación de un cuerpo humano o de la figura de un instrumento. La voz o el sonido grabados, a pesar de los brutales procedimientos de transformación tecnológica a los que son sometidos en los procesos de grabación y reproducción, llegan al oído con sus mismas características de *individualidad*, en el caso de la voz con todo su componente *corporal* y en el de los instrumentos musicales, con su *autenticidad*, teniendo como único límite la *fidelidad* que, como veremos, ocupa un lugar importante en el desarrollo de estos dispositivos técnicos.

Debemos confesar que en los primeros pasos de esta investigación, nos fuimos encontrando con la idea de que el *fonografismo* era un paso más de la *abstracción* de la música respecto de otras prácticas sociales. Sabíamos, gracias a una cierta información genérica sobre la cultura, que lo grandes géneros instrumentales y el formalismo de la *fuga* se fueron constituyendo progresivamente durante el barroco (Bukofzer) y seguramente estábamos influidos por las sugerentes reflexiones de LÉVI-STRAUSS (1994: 113) acerca de “...la música denominada clásica...” que “...en los tiempos modernos en nuestros países, en diversas épocas en otras culturas letradas, se emancipa y conquista una autonomía con respecto a la música popular, solidaria de otras formas de actividad...”, pero no conocíamos todavía los esfuerzos monumentales de NEUBAUER ([1986] 2002) para capturar esa *emancipación de la música* como un esfuerzo metadiscursivo formalista.

Hoy vemos, detrás de ese complejo proceso de abstracción, un punto de vista específico a partir del desarrollo de los medios de sonido en que una sociosemiótica de los medios de sonido puede contribuir, aunque más no sea parcialmente, a la comprensión del desarrollo de lo musical en nuestra sociedad.

25

En definitiva, antes del fonógrafo y de la radio, no existían los grandes géneros musicales populares tal como los conocemos ahora (LAINING, 1991; GONZÁLEZ, 1991; FERNÁNDEZ, 2007) y es más, investigaciones muy precisas sobre esos momentos fundantes muestran características específicas del desarrollo de géneros locales según el momento de incorporación de las grabaciones locales (LAINING, 1991; GONZÁLEZ, 2000; SILVA, 2001; SANTAMARÍA DELGADO, 2005). Dos grandes momentos de aporte de la mediatización sonora a lo musical son la ya mencionada búsqueda técnica de la *fidelidad* —en cuyo momento de éxito, en los 40 y 50, vuelve el ruido a la música a través del movimiento de la música concreta y de la electrónica junto con nuevas teorías sobre lo musical²— y, tal vez como aplicación de las novedades electroacústicas a la industria musical, la introducción en los 60 de la estereofonía, a partir de la cual, por primera vez, versiones producidas (grabadas) en el estudio tenían rasgos imposibles de reproducir en vivo. A partir de allí, la mediatización es definitivamente parte de la *producción material* de la música en tanto que obra y no solamente mera *reproducción*. A partir de ello, vemos ahora a la sociosemiótica de los medios como aporte, tanto a la etnomusicología como a las teorías musicales de base tecnológica³.

Ahora bien, enfocados en nuestro trabajo en los metadiscursos gráficos que acompañan ese movimiento tan interesante de la música mediatizada, el desarrollo de nuestras investigaciones nos llevó a recorrer, en principio, dos vías de la presentación gráfica: la de la publicidad de máquinas y producciones musicales y la del *packaging* de discos. Eso no implica en modo alguno que se considere a estas áreas de desempeño semiótico más importantes que otras. Solo dan cuenta de uno de los recortes posibles del fenómeno que abarca áreas como las revistas especializadas o las secciones de los diarios dedicadas a la información y crítica musical.

2 El *Tratado de los objetos musicales* de Pierre Schaeffer y su obra creativa es producto y producción de ese movimiento; ver el lugar que ocupa la noción de *utilaje* como fundamentación del cambio en la época (Schaeffer, P., 1966: 20).

3 Una síntesis fecunda sobre el estado actual de los estudios musicales en López Cano 2007; un despliegue de los esfuerzos de la semiótica para capturar los problemas que le plantea lo musical, en Tarasti 2002: Part One y un modo de enfrentar, desde lo musical, algunos de los problemas que aquí sólo se vislumbran, en Di Liscia 2006.

En ese camino de investigación, intentamos ordenar el fenómeno, históricamente, en tres grandes momentos: el primero, que va desde el origen de los primeros dispositivos fonográficos, que se proponían para grabar y reproducir cualquier tipo de sonidos hasta que se estabiliza el modelo hegemónico de reproducción de música; el segundo, desde allí hasta el desarrollo del microsuro que posibilitó extender los tiempos de grabación y generó la existencia del *long play*; el último desde esta invención hasta prácticamente nuestros días, donde en el DVD lo musical es un componente más entre una amplia oferta discursiva.

En cada uno de esos momentos varía el *grado* de visualidad de los metadiscursos que se refieren, tanto al fonografismo en general, como a los géneros musicales que va soportando. Para simplificar, decimos que hay tres grandes modos de la visualidad: la *hipovisualidad*, caracterizada por una baja o nula mostración de motivos gráficos y de imágenes y su contrario, la *hipervisualidad*, donde la visualidad se expande hasta la producción de imágenes *trabajadas* (claroscuros, estilizaciones, etc.) y/o ficcionales y, por último, la *archivisualidad*, que correspondería al momento actual en el que es menos frecuente la escucha *ciega* (expansión de la imagen en los recitales, videoclips, canales musicales, etc.). Como se ve, se trata de una clasificación, además de pobre, imprecisa y en la que se presupone la inexistencia de una *visualidad media* (no confundible con la *hipo* o la *hiper*). Pero esa clasificación nos resulta útil para ir avanzando en la discriminación y comprensión de períodos. Aquí, para presentar una síntesis provisoria de nuestros resultados, nos enfocaremos en los momentos *hipo* e *hipervisuales*; ya instalados en la *archivisualidad* una perspectiva etnográfica será inevitable.

26

2. Vinculaciones entre el desarrollo de los dispositivos fonográficos y sus representaciones gráficas

El tipo de escucha que permitían los primeros fonógrafos era esencialmente pobre y más aún si el oyente tenía contacto frecuente con ejecuciones musicales dentro del hogar o en salas especializadas. Tal vez por esa razón, o simplemente porque, como decía el periodismo de la época, generaba interés la propia capacidad grabadora y reproductora del dispositivo, desde el momento de la invención del fonógrafo en 1877 hasta los comienzos del siglo XX, en la prensa general y especializada se previeron diversos usos para los diferentes dispositivos fonográficos. La grabación y atesoramiento de ejecuciones musicales fue sólo una entre las distintas posibilidades de uso de las que se hablaba. Se promovían otros como el atesoramiento de la voz, la grabación de ruidos curiosos, fragmentos de alguna obra teatral, aprendizaje de lenguas extranjeras, etc.

Puede decirse que hasta la segunda mitad de la década de 1910, no existía —al menos en la Argentina— algo parecido a un sistema de géneros dentro de la música grabada. Todos los sonidos, fueran o no producidos por el talento humano, figuraban aparentemente en pie de igualdad. Recién con ese promediar de la década comienza a reconocerse un sistema de géneros y sus jerarquías estilísticas. Formas de la música popular y del folclore como la polca, la ranchera, el gato, etc., van siendo registradas y comercializadas por la incipiente industria fonográfica hasta llegar al tango, que rápidamente se convirtió en un género altamente *grabable*.

Desde el punto de vista del soporte de lo musical, los dispositivos fonográficos debieron superar diversas limitaciones técnicas. Por ejemplo, el tiempo del registro a duras penas superaba los dos minutos en los cilindros de fonógrafo al igual que en los discos de gramófono, los cuales hasta 1904 tenían un solo lado impreso; además, el mecanismo de tracción no era eléctrico, por lo que lograr una reproducción a velocidad constante fue el desarrollo que los fabricantes procuraron. Por esas razones, entre las ofertas de sonidos grabados y las publicidades que las promocionaban predominaban los sonidos obtenidos a partir de la voz humana por sobre la música instrumental. Entre las formas instrumentales tuvieron notable aceptación las marchas militares, quizá por su cadencia regular y ritmo percusivo.

El proceso de *abstracción* del sonido respecto de su fuente sonora, necesario para el desarrollo del uso social de la grabación chocó en sus inicios también con obstáculos en sus *prácticas discursivas*. Los músicos y cantantes de lo que se consideraba música *culta* tenían serias dudas acerca de las posibilidades de lo fonográfico. Las *máquinas parlantes*, como se las llamó entonces, ofrecían poco a los oídos de las estrellas del mundo de la ópera. Según señala la historiografía de la música, un hito fundamental en el pasaje de la música del auditorio al disco fue la contratación del tenor Enrico Caruso por parte del sello *Gramophone* para que registrara sus interpretaciones en discos de gramófono en 1902. Caruso, el tenor más reconocido del momento produciría una reacción en cadena que logró que muchos otros artistas confiaran en la grabación fonográfica.

Dentro de la fascinación que generaba la sucesiva creación de nuevos dispositivos, y al igual que ocurrió con el cinematógrafo en sus comienzos, el fonógrafo fue una atracción circense y son muchas las ilustraciones publicitarias de la época en las que se pueden observar escenas de escucha de ese tipo, de carácter festivo y ligero.

Si bien no hubo opiniones apocalípticas respecto de estas nuevas tecnologías, sí hubo desconfianzas en algunos sectores de la música culta y ciertas visiones satíricas desde, por ejemplo, la ilustración humorística. En una ilustración del dibujante Mayol que fue tapa de la revista *Caras y Caretas* se presentaba a un fonógrafo dispuesto sobre la arena de un circo; ante la mirada del público un hombre acciona la manivela de cuerda del dispositivo que aparece dibujado como si fuera similar a la manivela de arranque de los automóviles de la época. El fonógrafo aparece representado como un mecanismo de bielas y pistones, es decir que, al igual que los coches a motor de explosión del momento, el fonógrafo hacía mucho ruido; el artefacto tiene cuatro bocinas que reproducen parlamentos en cuatro idiomas diferentes y el epígrafe bajo el dibujo cerraba la humorada diciendo: "La invención es de primera/ para el que quiera / hacer de idioma acopio / aunque al fin de la carrera / no sepa hablar ni el propio" (Gutiérrez Reto 2003).

Las publicidades de los dispositivos, pues, privilegiaban como atributo principal de estos productos la posibilidad de perpetuar y *enlatar* el sonido. Así una publicidad de gramófonos en 1900 que llevaba por título "Sonidos cautivos" decía: "¡Quién hubiera imaginado que los sonidos serían artículos comercializables como cualquier otra mercancía! Efectivamente es así pues, debido a la ciencia y el genio norteamericano es posible recoger los sonidos del canto, la música, del habla, las campanas..."⁴.

Esa posibilidad, entre otras, de atesorar la voz humana fue tematizada también en la fa-

mosa ilustración *La voz de su amo* (Fig. 1) que se convirtió en el identificador de la marca *Gramophone* en 1899, y luego de *Victor* y *RCA-Victor*. En dicha ilustración el uso que se le daba al dispositivo, en ese caso un gramófono de discos, era el del atesoramiento de la voz del dueño, un modo de uso que era ciertamente muy difícil de conseguir con los discos ya que el dispositivo no permitía, a diferencia del fonógrafo, realizar grabaciones domésticas. Sin embargo, con el tiempo la ilustración mostró su enorme versatilidad: al convocar el tema de la fidelidad perro-amo como también un modo de escucha *devocional*, individual —y, pese a la figura animal, casi religiosa— del material grabado sirvió con suma eficacia para acompañar a grabaciones tanto de música popular como de la música culta (GUTIÉRREZ RETO 2003).

Esa imagen fue uno de los primeros espacios en que se instaló la idea de la *fidelidad* dentro del dominio de la reproducción de música grabada, en momentos en los que el dispositivo técnico estaba apenas desarrollado y en proceso de convertirse en medio, como también fue pionera en ilustrar un uso en el que el dispositivo fonográfico no era meramente un objeto de entretenimiento. *La voz de su amo* permaneció, pues, más de ocho décadas sobre las etiquetas de los discos, primero en los de 78 rpm, luego en los de larga duración. Con el advenimiento del disco compacto, esa figura siguió siendo convocada en numerosas grabaciones históricas como las de las *Red Label* de Caruso arriba mencionadas.

28



Figura 1 *La voz de su amo*

Puede pues decirse que *La voz de su amo* contribuyó, desde el mundo de las imágenes, a mostrar una escena de escucha fonográfica que comienza a tener características espectatoriales propias, un *tipo de escucha* que requiere *atención*, una *escasa movilidad* por parte del receptor y una *valoración del material grabado*.

Si bien en algunas revistas argentinas había algunas ilustraciones de estilo *nouveau* en algunas secciones, la mayoría de las publicidades continuaban teniendo las características del diseño *romántico positivista*, como lo describieron OSCAR STEIMBERG Y OSCAR TRAVERSA (2003), con rasgos tales como una escenificación servidora de la anécdota,

separación entre el texto y la imagen con ausencia de relación plástica entre ambas, perspectiva geométrica.

El conjunto de las ilustraciones observadas se puede clasificar en al menos, tres grandes grupos:

> *Ilustraciones del dispositivo sin escena de escucha.* En este grupo aparece simplemente la figura del dispositivo, sea un fonógrafo o un gramófono, con descripciones que, en algunas ilustraciones, son similares a las de los actuales *manuales de instrucciones* (Fig. 2)⁵.

29



Figura 2. Caras y Caretas. N° 68. 20-0101901. Buenos Aires Argentina

> *Escenas de escucha festiva.* La escucha aparece como generadora de asombro y/o risa. El texto que acompaña la imagen señala, por ejemplo: "una máquina que habla y divierte en todos los idiomas". Las escenas son por lo general escenas de escucha individuales o a lo sumo pequeños grupos de personas (Fig. 3).

5 Nótese que acentuamos el componente de visualidad, además la voz humana es la referencia y no lo musical.



Figura 3. Caras y Caretas. Mayo de 1900. Buenos Aires, Argentina

> *Escuchas teatrales.* Se trata más bien de situaciones de escucha grupales. En ellas un grupo de personas escuchan el sonido reproducido por un dispositivo fonográfico en posición análoga a como lo harían escuchando a un intérprete musical (Fig. 4). En otras el fonógrafo aparece en el lugar de una orquesta de un baile elegante.

30



Figura 4. Caras y Caretas, marzo de 1901, Buenos Aires, Argentina

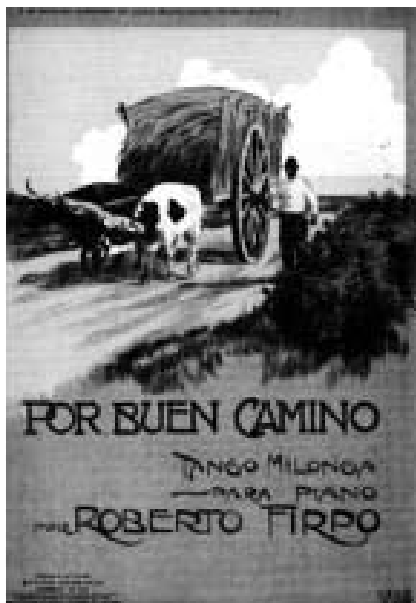
Buena parte de las imágenes se inscribe en la serie de representaciones sobre *lo musical* en sentido amplio. Escenas de escucha *festiva* o *teatrales* ya aparecían en la pintura y

mostrar el aparato reproductor de sonidos se inscribe en la secuencia de los bodegones que representaban instrumentos musicales.

Es interesante poner de relieve que se trata de un momento en el que la relación entre la escucha y los procesos de abstracción que implica son muy pobres y que, por el contrario, la cantidad de imágenes que acompañan desde la publicidad a este desarrollo tecnológico es de proporciones importantes.

Paralelamente, otros espacios de vida de lo musical, con una historia anterior al dispositivo que nos ocupa, como es el caso de las partituras, aparece exhibiendo una riqueza gráfica equivalente. (Figs. 5 y 6). En este caso lo representado no es ya la situación de escucha sino motivos temáticos de la canción.

31



Figuras 5 y 6

3. La alta fidelidad y la baja visualidad. Un momento hipovisual del fonografismo

A mediados de la década del '20 se abre el camino de la *fidelidad* en lo fonográfico. Las innovaciones en las tecnologías de grabación y amplificación incentivan el consumo de música grabada. En los estudios, la bocina metálica compartida es reemplazada por los micrófonos individuales y el rango de frecuencias a grabar se amplía haciendo posible registrar agudos y bajos con mayor aproximación. El proceso de abstracción abierto con el comienzo de la grabación de sonido se acentúa. La música grabada puede simular el efecto de la ejecución en vivo, el ruido ambiente y las interferencias del aparato reproductor se borran dejando a la música *brillando* en soledad.

En ese camino el disco de pasta del gramófono se estabiliza como el soporte de la música grabada mientras que los cilindros de cera de fonógrafo y el grafófono terminan por desaparecer del mercado y con ellos la posibilidad de la grabación de sonidos en el hogar. En Buenos Aires circulan discos grabados en el extranjero y en el país. Hacia los '20 surgen numerosos sellos discográficos nacionales (en general, subsidiarias de sellos multinacionales), muchos de ellos dispuestos a satisfacer la fiebre del tango. Al comienzo, el tiempo de grabación de ambos soportes era similar, pero luego el disco se graba de ambos lados permitiendo duplicar los 3 o 4 minutos de grabación. Por otra parte, la calidad de reproducción del sonido supera a la del cilindro de cera teniendo además mayor vida útil por desgastarse menos en cada escucha.

Los grandes discos de pasta se comercializan en sobres de papel madera y se guardan dentro de especies de biblioratos en la discoteca. De esa forma el disco se resguarda de cualquier golpe fuerte que pudiera quebrarlo. Esos sobres tienen imágenes pobres, suele aparecer el logotipo del sello discográfico (Fig. 7 y 8) o la tienda que los comercializaba (Fig. 9). En este último caso en el sobre podían aparecer, además, las ofertas de productos no vinculados con lo musical como heladeras y electrodomésticos.



Figura 7



Figura 8



Figura 9

La pobreza gráfica de los sobres se contrapone en ese período con la riqueza de diseño de sus etiquetas. Los sobres suelen tener en el centro un calado circular que permite identificar el disco mediante el texto impreso sobre la etiqueta. En ella aparecen los nombres de las dos canciones grabadas, el intérprete, el lugar y fecha de grabación, el número de serie y el sello discográfico. En su mayoría son los juegos tipográficos propios del *art nouveau* y su trabajo sobre los motivos del sello los que producen una alta figuración en la etiqueta (Figs. 10 a 12); sólo muy raramente se mostraba la imagen del intérprete y cuando ello ocurría era a través del retrato fotográfico sin juegos gráficos agregados a la imagen (Fig. 13). Esa preeminencia de la presencia del sello sobre el cantante aumenta con el correr de los años alcanzando su mayor expresión con la incorporación al diseño de la etiqueta de las abstracciones del *art déco*, donde únicamente aparecen los trazados gráficos con los datos sin ya la imagen del cantante o los motivos e ilustraciones.

33



Figura 10



Figura 11



Figura 12



Figura 13

Para la década del '40 la aridez visual de los sobres de discos se traslada hacia sus etiquetas. Puede decirse que hasta fines de los '50 el envoltorio de los discos no fue un área metadiscusiva que construyera sistemas de motivos visuales que convocaran, refirieran o ilustraran el sistema de géneros musicales. Puro soporte que presuponía un sistema externo de referenciación estable y seguro.

Es el caso de la importante vida que tuvieron los músicos en la radio. El nuevo medio transmitía mucha música en vivo. Los cantantes y los intérpretes en general, acompañados por sus grupos de músicos, realizan audiciones en los estudios de radio dando un soporte fundamental al desarrollo la industria discográfica. Comienza la compra del *hit* de la radio, la canción de moda mediática (GONZÁLEZ Y LAPUENTE 2008). Pero la figura del artista no recorrerá sólo esa vía gráfica sino que también aparecerá con fuerza en los catálogos de las discográficas presentado, también, por el retrato. El músico, cantante, intérprete o director de agrupación, aparece como autor pero su obra es fragmentada en lo fonográfico porque en los discos no había más espacio que para dos piezas (cuando se editaba una ópera podía abarcar hasta 40 discos). El efecto de *obra completa de autor* era por lo tanto un efecto metadiscursivo básicamente gráfico⁶. Es recién en el '48 que el disco abre materialmente la posibilidad de efecto del músico como autor de una obra porque, gracias al microsurco el disco soporta hasta 12 temas musicales de alrededor de tres minutos.

En las publicidades gráficas de discos y aparatos reproductores, el sello discográfico y la figura del cantante fueron los referentes privilegiados. El modo que domina en este período fue el que se puede identificar como *catálogo* ya que la discográfica aparece como la poseedora de un conjunto de cantantes llegando a mostrar como prueba sus retratos. Por lo general, no se publicitaba *un* disco sino un conjunto de ellos. El efecto vínculo cantante-discográfica aparece ya desde temprano en la industria discográfica. Los cantantes son cantantes de un sello.

34

Si bien la voz hablada no logró ser tematizada por las imágenes publicitarias, es con la aparición del disco de pasta que ésta deja de ser tematizada también por otras áreas como el humorismo gráfico. Ahora el fonografismo es sólo para usos musicales.

Sintetizando, se puede señalar dos modos de la figuración de lo musical y de funcionamiento metatextual de lo visual del sistema de géneros musicales:

> *El modo de figuración de lo musical a través de motivos gráficos ligados a los temas de las canciones*, por la reiteración de esa relación ciertos motivos se constituyen como propios de ciertos géneros musicales y conforman en sí especies de sistemas iconográficos de los géneros.

> *El modo de figuración de lo musical en la tensión discográfica-intérprete*: los géneros musicales se convocan en la identificación de los cantantes.

Estos modos conviven y se entrecruzan en distintas áreas de desempeño como las partituras, los avisos gráficos y los catálogos.

4. El camino de la hipervisualidad

Una de las características centrales que tuvo el período descrito previamente es que progresivamente se fueron constituyendo como autónomos los circuitos de *producción*

6 En este punto, los aportes desde una perspectiva de sociosemiótica de los medios debería enriquecerse con los de una etnomusicología histórica.

de aparatos reproductores (máquinas) de los de *producción de contenidos audibles* (exclusivamente *discos* todavía en ese momento). Deja de ser condición necesaria entonces que el fabricante sea el mismo en ambos casos. El origen de esa bifurcación es que ya desde mediados de la década del 30 se instala la norma internacional que permite que todos los discos sean escuchados en cualquier dispositivo.

A partir de allí, las compañías fabricantes de dispositivos reproductores muestran escenas de escucha fonográfica. Ya no ponen en cuestión el tipo de utilidad del mecanismo del que ya está instalado que su uso básico es la escucha musical⁷. Veremos, de todos modos, que la novedad tecnológica de uso cotidiano siempre debe ser explicada. En casi todos los medios gráficos es muy importante, ya desde principios de la etapa anterior, la presencia de imágenes fotográficas de los artistas en general y de los intérpretes musicales en particular. Carlos Gardel, por citar un caso emblemático, grabó filmes en los Estados Unidos en los que ocupan un lugar importante sus temas musicales, considerados fundantes del tango canción, aunque también incluían diversos géneros musicales camperos o inmigrados. En los medios gráficos su imagen aparece muy frecuentemente en diarios, revistas y partituras. Inclusive en artes populares como el *fileteado*, más aún después de su muerte, su rostro se convierte en un motivo recurrente. Lo curioso es que, en esa misma época, en las publicidades y tapas de sus discos la imagen es muy pobre en comparación.

35

Recién poco tiempo después de haberse instalado cierta estabilidad en la visualidad de las tapas de los discos, es que tiene lugar la invocación de retratos de artistas. Esto quiere decir que luego de más de sesenta años de vida de los dispositivos fonográficos comienza a ocupar un lugar central la imagen corporal del intérprete adosada al objeto portador de su música. En el caso de los cantantes, sus rostros comienzan a inundar las tapas, generalmente mirando a cámara y a fines de la década del '60 aparecen fotos o dibujos del intérprete *haciendo algo* aceptando definitivamente que los músicos, personajes de vida pública, tienen también relatos de sus vidas cotidianas. En el caso de los grupos musicales, la fotografía tiende a la constitución del *retrato de grupo*, motivo dominante en la fotografía desde fines del siglo XIX. Es tal la fuerza del retrato, que incluso en los discos que no son de un solo artista o aún cuando el artista no es presentado fotográficamente, se incluyen retratos (por ejemplo, de una mujer *bonita* en discos de música *romántica*).

Sin embargo, hablamos de *hipervisualidad* porque en este período que avanza desde finales de los cincuenta tiene lugar la aparición del fenómeno del *arte* de las tapas de discos. No se presenta la compañía en primer plano, sino que comienza a gestarse la individualidad del músico pero ya relacionada con rasgos propios del género o del estilo de referencia y se abre la posibilidad al retrato y a todas sus estilizaciones, se muestran otros géneros y las tapas tienden a ser atravesadas por la fuerza de los estilos de época (como el Pop y el Op Art).

Al constituirse la tapa en objeto de arte vinculado, conceptual y estética, pero conflictivamente, con el *contenido* musical, se suspende en cierto sentido el proceso de abstracción. Este proceso es acompañado por la masividad de los recitales (tenemos en cuenta

7 Encontramos en ese momento motivos que referencian a la musicalidad: en ciertas publicidades de reproductores *Discofonic* se grafican corcheas sueltas, en el caso del *Barret* la tipografía simula una onda sonora, y en el del *Winco*, la escena de baile familiar.

que esto vale para los géneros populares tanto como para espectáculos sinfónicos y operísticos), y los músicos, apoyados en la capacidad de la mediatización amplificadora del sonido en vivo, recuperan su cuerpo frente al público. Si en principio la iconografía sólo remite al *recital* (la interpretación) pronto se carga con las complejas formas por las que se representa, se ilustra o se alude al contenido de la pieza musical tanto como a su ejecución. Ese camino, que deriva en el tema musical como soporte del desarrollo artístico multimedial, con las tapas como parte de la obra y en viaje rápido hacia la constitución del *videoclip* como parte del disco, dice más que un nuevo desarrollo industrial; dice un modo radicalmente diferente de articular visualidad y sonido.

Como parte del proceso de fuga de la presencia gráfica de la compañía frente a la expansión de la presencia de los artistas, en el caso de los sobres la imagen institucional tiende a ocupar solamente un ángulo del espacio visible (LAPUENTE Y VIDELA 2008). Sin embargo, la presencia central de los intérpretes y sus retratos no impide que puedan estudiarse *posiciones enunciativas*. Las mismas pueden esquematizarse, por ejemplo como de *retraídas* o de *garantes*. La primera es la que desarrolla la RCA, tal vez como consecuencia de llevar una década acompañando a sus artistas y que corona en el cambio del isologo. Este es el caso de por ejemplo la publicidad del disco de *La Joven Guardia* (Fig 14), en la que en media página se anuncia a la banda y la otra mitad la ocupa la imagen de la tapa del disco, debajo, muy pequeño, el isologo de la compañía. Allí la compañía se retrae frente al conjunto.

En cambio, en la *Figura 15*, la compañía ejerce el rol de *garante* de la calidad artística, destacando atributos musicales sobre los que se soporta la selección del *catálogo*.



Figura 14. Revista Pinap, 1969



Figura 15. Revista Pinap, 1969

Del mismo modo, se incorpora una especie de crítica musical en las tapas de los discos, que adquieren un importante carácter *transtextual*⁸. Así como vemos en los ejemplos anteriores que la tipografía cobra vuelo y hasta vida propia, como gran cita que el *pop* le hace al *art nouveau*, las tapas no solo invocan a la obra sino que efectivamente dejan espacio a otros géneros de la escritura tan dispares como el manual de uso (del disco) y la crítica musical. Esta última, del mismo modo que en las publicidades, se incorpora en los sobres que protegen a los discos en el interior de las tapas y en ellas se comentan las características del disco y de otros que integran el catálogo. Ya la presentación del objeto disco es, en ese momento, un gran fenómeno metadiscursivo con inclusión de aspectos visuales y escriturales que quitan *abstracción* a la percepción de lo musical distanciado de su fuente de ejecución original.

Ahora bien, si es en este momento que comienza a constituirse el tránsito de la *hipervisualidad* (*presentación* del o los intérpretes + *representación* de los motivos de géneros o estilos) a la *archivisualidad* cuando el disco pasa a ser no sólo soporte musical sino un objeto conceptual soporte de varias artes, no debe pensarse que se trata de un recorrido lineal, como tampoco lo es el conjunto del trayecto descrito hasta aquí. Se trata de un camino que debe ser descrito en detalle y sobre el que estamos en proceso de investigación.

- 37 Podemos aventurar que la *archivisualidad* de la música fonográfica, convive con dos series de fenómenos claramente visualizables en este momento: la *performance musical* en vivo, articulada con danzas o rituales colectivos y la *escucha individual* y todavía plenamente *abstracta*: del walk man, al disk man y a los múltiples soportes individuales de la grabación *mp3*⁹.

Esto quiere decir, como último comentario, que las incorporaciones de elementos visuales que ha soportado desde sus inicios la extrema abstracción de la mediatización musical y que tienen mucho interés desde el punto de vista social, no han impedido, que alrededor nuestro y casi inadvertida por la teoría, la posición abstracta siga viva.

BIBLIOGRAFÍA

BUKOFZER, MANFRED F. *La música en la época barroca* (Cap. 7 y 10) [1947]. Madrid, Alianza Ensayo, 1998

DI LISCIA, O. P. "La espacialidad del sonido y la música en la banda sonora cinematográfica". En: *Revista Argumentos-Vol II*, Laborde-UNR, Rosario, 2006.

FERNÁNDEZ, J.L. "Media sonori e vita sociale". En: Bertetti, P., Scolari, C. *MediAmerica: semiotica e analisi dei media in America Latina*. Torino, 2007.

----- "La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva". En: *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires, La Crujía, 2008.

8 Gennete, G. (1989: 9), define que la transtextualidad es lo que pone al texto en relación con otros y que hace estallar la complejidad de la obra.

9 Demás está decir que, otra vez, aparece en discusión la noción de *fidelidad* pero, también, que todo movimiento tipo *mp3* será respondido con acciones tipo *mp4*.

- FRATICELLI, D., "El cassette: la condensación de dos dispositivos", *V Congreso Fels*, Bs. As., 2002
- GENETTE, G., *Palimpsestos (la literatura en segundo grado)*, Madrid, Taurus, 1989.
- GONZÁLEZ, R., "El canto mediatizado: breve historia de la llegada del cantante a nuestra casa, *Revista Música Chilena*, Vol.54, N°194, Santiago, julio 2000.
- LAINING, D., "A voice without a face: popular music and the phonograph in the 1890s", en *Popular Music*, Vol.10, N°1, 1991.
- LAPUENTE, M. Y VIDELA, S. "Construcciones gráficas de instituciones fonográficas". En *L.I.S. N°*. Buenos Aires, Cs. de la Comunicación, FCS-UBA, 1er. Semestre, 2008.
- LÓPEZ CANO, R. "Musicología vs. Etnomusicología ¿un falso debate?", en *Etno-Boletín Informativo de la SiBE* 16, pp. 6-10. 2007 Versión on-line: www.lopezcano.net (Consultado 03-06-08).
- LÉVI-STRAUSS, C. *Mirar. Escuchar. Leer.* (1993). Madrid, Siruela, 1994.
- Millard, A., *Continuum Encyclopedia of Popular of the World*, 2003, Vol. 1. pp.508-512.
- NEUBAUER, J. *La emancipación de la música* [1986]. Madrid, Visor, 1992.
- GONZÁLEZ, B Y LAPUENTE, M. "Escenas de la radio en los años 30: los shows de música en vivo y su inserción en la vida cotidiana de la época". En: *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires, La Crujía, 2008.
- GUTIÉRREZ RETO, M., "Alta Fidelidad: el identificador de la RCA-Victor. Hacia la consolidación de un tipo de escucha fonográfica", Buenos Aires, *Revista Tipográfica* n° 56, junio-julio de 2003.
- SILVA, E.D., "Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira", INTERCOM - Sociedad Brasileira de Estudios Interdisciplinares da Comunicação, XXIV, Congreso Brasileiro da Comunicação - Campo Grande /MS - setembro 2001.
- SANTAMARÍA DELGADO, C. "De la generalidad de lo genérico al género: la industria musical y la producción de identidades latinoamericanas en la primera mitad del siglo XX". En: *Actas del VI Congreso Latinoamericano IASPM - AL*, Buenos Aires, 2005. <http://www.hist.puc.cl/iaspm/actasbares.html>
- SCHAEFFER, PIERRE, "Estructuras de percepción. Música y lenguaje". En: *Tratados de los objetos musicales* [1966]. Madrid, Alianza, 1996.
- STEIMBERG, O. Y TRAVERSA, O., "Para una pequeña historia del lenguaje gráfico argentino". En: *Steimberg, O. y Traversa, O., Estilo de época y comunicación mediática*, Buenos Aires, Atuel, 1997.
- TARASTI, E. *Signs of music: a guide to musical semiotics*. Berlin, Mouton de Gruyter, 2002.
- THOMPSON, E., "Machines, music and the quest for fidelity: marketing the Edison Phonograph in America, 1877-1925", en *The Musical Quarterly*, Vol. 79, N° 1, pp. 131-171, Oxford University Press, Spring 1995.
- VIDELA, S. "De la máquina parlante al tocadiscos. Los inicios del fonografismo en la Ciudad de Buenos Aires" (en prensa).