



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

El diseño de las portadas de los discos de Salsa como un factor de construcción de la cultura latina en New York de los años 70

Carlos Uriel Aranzazu López

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes, Maestría en Diseño
Bogotá, Colombia

2016



The design of salsa album covers as a factor of building the latin culture in the New York of the 70s

Carlos Uriel Aranzazu López

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes, Maestría en Diseño
Bogotá, Colombia
2016

A mi hija Sofía.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad Nacional de Colombia y sus maestros por aportarme los conocimientos en mi formación profesional; a mi tutor de tesis, Carlos Martín Riaño Moncada, profesor de la Maestría en Diseño, por sus valiosos aportes y por mostrarme el camino a seguir cuando fue necesario, y por último, a todos aquellos que me aportaron testimonios, datos, referencias y apoyo para la culminación de este trabajo.

Resumen

Este texto expone los resultados de investigación a partir de la pregunta: ¿Cómo ayudó el Diseño Gráfico, a través del diseño de portadas de la música Salsa, a construir la cultura latina en la ciudad de New York en los años setenta?

La Cultura Latina es denominada así debido a la gran cantidad de inmigrantes provenientes de América Latina que tuvo la ciudad de New York en gran parte del siglo XX, y que llegaron a más de un millón y medio de habitantes, y que generaron una cultura que luego se denominó como *nuyorikan*.(Jottar, 2011).

Algunos de los hechos sociales de esta población se construyeron apoyados por las producciones gráficas de la época; realizaciones que ayudaron a proyectar una identidad y la manera de verse a sí mismos los latinos, tanto en Estados Unidos como en el resto de América Latina, ya que la música Salsa se difundió por el continente como uno de los medios de expresión cultural y social más influyentes del siglo XX.

En el texto se evidencia el origen del término Salsa, acción ésta que tiene que ver con el Diseño Gráfico, ya que muchas de las producciones de carátulas apoyaron la idea de la figura literaria de denominar Salsa a la música propia del caribe, en especial a la cubana y puertorriqueña con palabras como sabor, azúcar, condimento, pimienta etc. En el capítulo sobre Diseño y Carátulas se analizan los aspectos estéticos y de mercadeo que llevaron a construir una identidad propia de la música Salsa, apoyada sobre todo en una forma de diseño de letras o tipografías características de estos géneros musicales. Luego se habla sobre el *ghetto* de Barrio, una descripción y análisis de circunstancias propias de los habitantes marginales del llamado Barrio, el Barrio Latino, donde vivían la mayoría de los inmigrantes latinoamericanos, casos estos que hicieron un clima propicio para la música. En este sentido, en el *ghetto* se hizo propicio el clima para la música y por ende del Diseño Gráfico, ya que el Diseño Gráfico organizó elementos visuales que le daban consistencia o cohesión a la idea de latinidad del *ghetto*, las decisiones de diseño estaban compenetradas con el asunto que fluía en la música, donde los aspectos

comerciales exigían a las carátulas y las imágenes esa identidad que requerían para ubicar al público.

Para el estudio se escogieron cien portadas de discos producidas en la ciudad de New York en la época de auge de la música Salsa. Para clasificarlas se decidió crear una herramienta tecnológica de bases de datos que facilitó su observación y clasificación en diferentes categorías: apropiación, identidad, representación, gastronomía, religión e inmigración. La metodología permitió analizar las materias primas a medida que se aplicó la investigación de tipo cualitativo. Durante el desarrollo de la investigación, se fue descubriendo cómo hubo una apropiación de la cultura latinoamericana de signos visuales de otras manifestaciones culturales como los del cine, las revistas y otras tendencias musicales, y que sirvieron para afianzar los propios de la música salsa

En las conclusiones se hace un repaso sobre los aportes del trabajo de investigación desde lo que el diseño puede decir acerca de la cultura, sus aportes a otras ramas del conocimiento y se habla también de la importancia de la metodología de investigación cualitativa en el análisis de una cultura en la perspectiva del Diseño Gráfico.

Palabras clave: Salsa, identidad, cultura, carátulas, diseño, América Latina, inmigración

Abstract

Title: The design of salsa album covers as a factor of building the Latin Culture in the New York of the 70s

This text exposes the research results from the question: How did Graphic Design, through the cover design of Salsa music, help build Latino culture in New York City in the 1970s?

Latin culture is so named because of the large number of immigrants from Latin America who had the city of New York in much of the twentieth century, reaching more than one million and a half inhabitants, and which generated a Culture that later was denominated like *nuyorikan* (Jottar, 2011).

Some of the social facts of this population were constructed supported by the graphic productions of the time; Accomplishments that helped to project an identity and the way to see the Latin ones to us, as much in the United States as in the rest of Latin America, since the Salsa music spread by the continent like one of the means of cultural and social expression Most influential of the twentieth century.

The text demonstrates the origin of the term Salsa, an action that has to do with Graphic Design, since many of the cover art productions supported the idea of the literary figure to call Salsa the Caribbean's own music, Cuban and Puerto Rican words such as flavor, sugar, seasoning, pepper etc. The chapter on Design and Coverings analyzes the aes-thetic and marketing aspects that led to the construction of an identity of Salsa music, mainly based on a form of letter design or typeface characteristic of these musical gen-res.

Then we talk about the Barrio ghetto, a description and analysis of own circumstances of the marginal inhabitants of the so-called Barrio, the Latin Quarter, where most of the Latin American immigrants lived, cases that made a favorable climate for music. In this sense, in the ghetto the climate was favorable for music and therefore of Graphic Design, since the Graphic Design organized visual elements that gave consistency or cohesion to the idea of Latinity of the ghetto, Were involved in the subject that flowed in music, where the

commercial aspects demanded to the covers and the images that identity that required to locate the public.

For the study were chosen one hundred covers of discs produced in the city of New York in the time of boom of the Salsa music. To classify them, it was decided to create a technological database tool that facilitated their observation and classification in different categories: appropriation, identity, representation, gastronomy, religion and immigration. The methodology allowed the analysis of raw materials as qualitative research was applied. During the course of the research, it was discovered how there was an appropriation of the Latin American culture of visual signs of other cultural manifestations such as those of cinema, magazines and other musical tendencies, and that served to strengthen the own ones of the salsa music

The conclusions make a review on the contributions of the research work from what the design can say about culture, its contributions to other branches of knowledge and also talk about the importance of qualitative research methodology in the analysis of a culture in the perspective of Graphic Design.

Keywords: Salsa, identity, culture, cover art, design, Latin America, immigration

Contenido

Pág.	
Agradecimientos	XIII
Resumen	XVII
Abstract.....	XIX
Lista de Figuras	XXIII
Lista de tablas	XXXI
Introducción.....	3
1. Problemática y pregunta de investigación	9
2. Origen del problema de investigación	15
3. Pregunta de investigación.....	21
4. Objetivos de la investigación	23
4.1 Objetivo principal	23
4.2 Objetivos específicos	23
5. Justificación	27
6. Metodología	31
6.1 Diseño flexible.....	32
6.2 Unidades de análisis.....	33
6.3. Fases de la metodología	35
6.3.1. Recolección de información conceptual, histórica y teórica.	35
6.3.2. Definición y categorizaciones formales y conceptuales.	41
6.3.3. Organización de las portadas	42
6.3.4. Hipertextualidad e hipermedia	43
6.4 Propósitos	45
6.5 Contexto conceptual	45
6.6 El tipo de muestra	45
6.7 Accesibilidad al terreno y los problemas éticos	46
6.8 Técnicas para obtener datos	46
6.9 Tipo de análisis	46
6.10 Ubicación del investigador en el proceso de investigación	47

7. Inmigración hacia New York	53
8. Los orígenes del término Salsa	59
9. Diseño Gráfico y carátulas	83
10. Diseño Gráfico en el <i>ghetto</i> del Barrio	107
11. Categorías de Diseño Gráfico en las carátulas	125
11.1 Apropiación	125
11.2 Identidad	129
11.3 Representación	132
11.4 Gastronomía	134
11.5 Religión	136
11.6 Inmigración	139
12. Nuestra Cosa Latina	143
13. Conclusiones y recomendaciones	155
A. Anexo: Acerca de autores citados	161
B. Anexo: Poster para el segundo Congreso de Diseño	163
C. Anexo: Listado de diseñadores gráficos	164
D. Anexo: Email en que se pide opinión a otros autores.	167
E. Anexo: Transcripción entrevista a José Arteaga sobre el tema de carátulas de la Salsa.	170
Glosario	178
Bibliografía	183

Lista de Figuras

Pág.

- Figura 1:** Harlem River Drive. Roulette Records (1971).
Diseño de Ruby Mazur [2]. 16
- Figura 2:** “Esa foto fue tomada realmente por Leonard Freed, quien disparó una gran cantidad de fotografías acerca de los derechos civiles, y nunca se la acreditaron. Se hizo en un doble tono, en un marcado contraste en blanco y negro. La foto original proviene de una exposición y libro que se llamó “Blanco y Negro en los Estados Unidos a partir de 1968” (Yglesias, n.d.) [2]. 17
- Figura 3:** Soul Sauce – Cal Tjader – Sello Verve (1962).
Diseño de Acy Lehman [2]. 19
- Figura 4:** Que viva la música. Ray Barretto. Fania Records.
Diseño de Walter Vélez e Izzy Sanabria (1972).
La música fue una parte vital del diario acontecer del Barrio Latino [2] 20
- Figura 5:** Joe Cuba Sextet, Vagabundeando!. Hangin Out.(1964) Fotografía de Stewart Friedman para Moskof-Morrison Inc. Moskof Inc, un estudio que hizo varias portadas para sellos de música latina de los años 60. En la imagen se observa a Cheo Feliciano sosteniendo un ejemplar de la revista *Harper’s Bazar* [5]. 29
- Figura 6:** Facsímil de la revista Harper’s Bazar, de la edición de abril de 1964, a la que se hace referencia en la figura 4. Fotografía del neoyorquino Melvin Sokolsky, fotógrafo de moda en los años 60. La modelo luce un sombrero de paja de Van Cleef and Arpels.
Harper’s Bazar (1964) [5]8. 30
- Figura 7:** Mapa mental con ideas iniciales sobre las causas de la inmigración hacia New York en los años 70. Se observa la metáfora de la Estatua de la Libertad sosteniendo una carátula de Salsa [6]. 36

Figura 8: Mapa mental donde se aprecian palabras clave de la investigación. En el gráfico se expresa la metáfora de notas musicales a través de un trombón, instrumento musical de mucho auge en la salsa de la época, en el que entran conceptos por la boquilla y salen al otro lado como sonidos, representados en este caso, por los propósitos de la investigación. [6].....	37
Figura 9: Imagen de portadas donde se observan las categorías con hipertextos. En este ejemplo se muestra la categoría hipertextual “delincuencia” [6].....	40
Figura 10: Estructura de la base de datos para las portadas de Salsa. La imagen es una captura de pantalla de la aplicación que permite insertar la información [6].	41
Figura 11: Al asociar las carátulas con diferentes palabras clave como “cine”, se pudo establecer cuáles portadas de la Salsa recurrían a este concepto, posibilitando así proponer la categoría de Apropiación. [6]	44
Figura 12: Portada: Desde Puerto Rico a New York. Sonora Ponceña. Inca Records (1972). Fotografía de portada: Leon Gast. Esta portada es significativa en cuanto a que muestra a los músicos puertorriqueños en un ambiente urbano del Barrio. La Sonora Ponceña, una de las principales instituciones musicales de La Isla, frecuentemente grababa en New York [7].....	54
Figura 13: Échale Salsita. Septeto Nacional de Ignacio Piñeiro. Sello Egrem. (1933) [8].....	59
Figura 14: Salsa y Sabor. Cheo Marquetti. Sello Panart (1959) [8].	60
Figura 15: Hot Sauce. Juan Amalbert’s Latin Jazz Quintet (1961) [8].	61
Figura 16: Salsa Nova . Pupi Legarreta.Tico records (1962) [8]	62
Figura 17: Steppin Out. Joe Cuba Secco Records (1962) [8].	63
Figura 18: The Alegre All Stars (They just don’t makim like us any more). Sello Alegre (1962) [8].	64
Figura 19: Eddie Palmieri and his conjunto “La Perfecta”. Sello Alegre (1962). [8].	65
Figura 20: Salsa Na´Ma´. Alegre Records (1963). Diseño de Abel Navarro [8].	67
Figura 21: Tjader Plays Mambo. Fantasy Records (1956) [8]	68
Figura 22: Soul Souce. Diseño de Acy Lehman. Sello Verve (1962) [8].	69
Figura 24: Aquí llegó! Mericana Records (1972). Con faltas ortográficas impresas. Las portadas de Salsa de los años 70, a menudo presentan este tipo de faltas idiomáticas [8].	72

Figura 25: Ma´Salsa que pesca´o. Louie Colon. UA Records (1973) [8].	73
Figura 26: Amor con Salsa. Vicentico Valdés. Diseño de Ely Besalel. Tico Records (1973) [8].	74
Figura 27: El castigador. Roberto Torres. Mericana LP (1973) [8].	76
Figura 28: Algunas portadas de la revista <i>Latin NY</i> (1973) [8].	76
Figura 29: Salsa. Fania Records. Larry Harlow. Diseño de Franciso Ogarrio. (1974) [8].	77
Figura 30: <i>Latin Explosion</i> . Revista <i>Latin NY</i> . Diseño de Izzzy Sanabria. (1973) [8].	78
Figura 31: Facsímil de <i>Album Covers The Good, The Bad and the Ugly</i> . <i>Izzy Sanabria</i> (Sanabria, 1981). Artículo de la revista <i>Latin NY</i> sobre el diseño de carátulas [9].	83
Figura 32: Rican/Struction. Ray Barretto. Diseño de Izzy Sanabria y Jorge Vargas. Fania Records (1979) [9].	84
Figura 33: Chicago. Del diseñador Nick Fasciano. Sello CBS (1970). Fasciano cuenta con obras expuestas en MoMA de New York, destacando a piezas de Diseño Gráfico como obras del arte moderno [9].	85
Figura 34: Impacto Crea, Sello Vaya (1973), Ejemplo de la tipografía Figurativa de la Escuela de New York [9].	86
Figura 35: Tiene Calidad. Conjunto Libre. Diseño de John Detato. Salsoul Records (1978) [9].	87
Figura 36: With A Touch Of Brass Orquesta Novel. Diseño de Bismarck Victoria. TR Records (1976) [9].	87
Figura 37: La Crítica. Oscar D´Leon presenta La Crítica. Diseño de Tomás Jiménez. TH Records (1981) [9].	87
Figura 38: Ralph Santi y su Conjunto. Diseño por <i>The Big Red Studio</i> TR Records (1977) [9].	87
Figura 39: Latin Connection. Fania All Stars. Fania Records (1981) [9].	88
Figura 40: Bon Bon de Chocolate!. Lou Pérez. Diseño de Ely Besalel. Ajay Records (1962) [9].	90
Figura 42: Acid. Diseño de Izzy Sanabria. Fania Records (1968) [9].	92
Figura 43: Cocinando la Salsa. Diseño de Ron Levine. Tico Records (1976) [9].	93
Figura 44: Sofrito. Diseño de Lee Marshall. Vaya Records (1976) [9].	94

Figura 45: De Panamá a New York. Diseño de Ely Besalel. Alegre Records (1970) [9].....	96
Figura 46: Indestructible. Ray Barretto. Diseño de Izzy Sanabria. (1973) [9].	98
Figura 47: Típica 73. Diseño de Izzy Sanabria. Inca Records (1973) [9].	99
Figura 48: Sonora Ponceña. Diseño de Ron Levine. Sello Inca (1972) [9].	100
Figura 49: Ghetto Brothers en un afiche promocional. (Truth and soul records,1972). En este cartel se ve la influencia notoria del diseñador español Víctor Moscoso, quien trabajó en estados Unidos para los años 60 y 70 [10].	107
Figura 50: Ghetto Brother, Power-Fuerza Salsa Records (1972) [10]	108
Figura 51: Riot. Joe Bataan. Diseño de Leon Gast e Izzy Sanabria. Fania Records (1968) [10].	109
Figura 52: Willie Colon, El Malo. Diseño de Izzy Sanabria. Fania Records (1968) [10].	111
Figura 53: Willie Colon The Hustler. Diseño de Izzy Sanabria y Marty Topp. Fania Records (1968) [10].	112
Figura 54: Guisando. Doing the job. Willie Colon. Fania Records (1969) [10].	114
Figura 55: Cosa Nuestra. Diseño de Izzy Sanabria y Henry Wolfe. Fania Records.(1969) [10].	115
Tabla 6 : Categorías relacionadas a la actividad delincencial [10]	116
Figura 56: Poster FBI (1975) [10].	118
Figura 57: The big break – La gran fuga. Diseño de Izzy Sanabria. Fania Records (1971) [10].	118
Figura 58: Hommy a Latin Opera. Larry Harlow. Diseño de Izzy Sanabria y Walter Vélez. Fania Records (1973) [11].	126
Figura 59: Larry Harlow y el relanzamiento de Hommy. El Diario (1996) [11].	127
Figura 60: De ti depende. Héctor Lavoe. Diseño de Lee Marshall. Fania Records (1976) [11].	128
Figura 61: Rock of the Westies. Elton John. DJM Records (1975). Diseño de David Larkham [11].	128
Figura 62: Super Salsa Singers. Diseño de Ron Levine y Jorge Vargas. Fania Records (1977) [11].	130

Figura 63: Adalberto, Popeye el marino. Diseño de Izzy Sanabria y Jorge Vargas. Fania Records (1977). Representación del cómic y la comida, como fuerza sobrenatural [11].	132
Figura 64: Saint latins days massacre. Joe Bataam. Diseño de Stuart Leuthner. Fania Records (1971) [11].	133
Figura 65: Salsa Picante. Clare Fisher. Diseño de Holger Matthies. MPS Records (1979). En 1962 Andy Warhol realizó su famosa obra <i>Campbell's Soup Cans</i> constituida por 32 lienzos. Warhol influenció a otros artistas, lo que parece evidente en esta portada [11]......	135
Figura 66: Pacheco Y Melón. Johnny Pacheco. Diseño de Ron Levine y Lee Marshall. Fania Records (1977) [11]......	136
Figura 67: Baquiné de Angelitos Negros. Willie Colon. Fania Records (1977) [11].	137
Figura 68: Alive and Kicking. Chamaco Ramírez. Inca Records (1979). Esta portada salió al mercado en una época en la que se creía que el artista había fallecido. Ramírez finalmente murió asesinado en New York en 1983 por presuntos vínculos con la delincuencia. (Rodríguez, 2009) [11].	138
Figura 69: Los Salseros de Acero. Diseño de Sandy Hoffman. Cotique Records (1976) [11]......	139
Figura 70: Our Latin Thing (Nuestra Cosa). Diseño de Izzy Sanabria. Fania Records (1972). Portada de la música original para la película del mismo nombre [12].	143
Figura 71: Fania All Stars Live. Fania Records (1972) [12].	145
Figura 72: Cartel promocional Yankee Stadium. Diseño de Yzzy Sanabria. Fania Records (1973) [12].	149
Figura 73: Avant Garde. Herb Lubalin, 1970. (Hillebrand, 1971) [12].	150

Lista de tablas

Tabla 1: Distribución del libro «Estrategias de investigación cualitativa» [6]. ...	31
Tabla 2: Fases de la investigación. [6]	35
Tabla 2: Categorías finales de análisis que sirven de base para el marco teórico y conceptual [6].	39
Tabla 3: Categorías de tipo formal [6].	42
Tabla 4: Categorías de tipo contextual [6].	42
Tabla 5: Categorías de tipo conceptual [6].	43
Tabla 6: Categorías que se pueden deducir del libro Cocinando!.	95

Introducción

En la pretensión inicial de este estudio parecía evidente hablar de cómo las carátulas de la Salsa representaron a la cultura latina, como si el Diseño Gráfico pudiera brindar información a través de signos de algo pre-existente, cuando en realidad se estaba dando una ebullición de formas culturales que implicaban la forma de vida de inmigrantes latinos, en medio de unas condiciones culturales, ideológicas, sociales, políticas y económicas que determinaron unas ideas sobre la latinidad, en las cuales el Diseño Gráfico participó como un agente que generó signos que contribuyeron a la construcción de dicha identidad latina.

Con respecto a tal construcción, fue significativo que los diseñadores latinoamericanos encargados de la elaboración de portadas de discos de salsa, fueron en muchos casos parte de ese grupo migrante, ya que, dentro de su perspectiva de emigrantes mismos, pudieron estar en el lugar del fenómeno, pudiendo transmitir así, signos visuales, logrados de la convergencia de muchas manifestaciones culturales. Cuando ya se instauran esos signos culturales en las carátulas, se puede hablar de unos signos de identidad, los que sin necesariamente ser rotundos, si van configurando ciertas ideas sobre lo latino.

También podemos mencionar cómo se construyó lo latino desde una perspectiva angloamericana de los ciudadanos nativos de Nueva York, ya que se pueden develar en el desarrollo de esta tesis, ciertas tensiones que provenían de ideas preconcebidas, como prejuicios o clichés, que vinieron a ser relativizados luego con la participación de diseñadores de origen latinoamericano, quienes por ser inmigrantes tenían otras miradas hacia esas manifestaciones. De acuerdo con lo anterior, en las carátulas de la Salsa de los años 70, se escenifican esas miradas de los latinos, que convergentes o no, ayudaron a entender el panorama de una de identidad cultural latinoamericana en New York.

En los años 70 hubo una diáspora desde América Latina hacia la ciudad de New York, así como a otras ciudades norteamericanas, como resultado de hechos políticos, sociales

y económicos originados en la región. Dentro de estos hechos se resalta la Revolución Cubana, la anexión de Puerto Rico como estado libre asociado a los Estados Unidos, la influencia comercial de Estados Unidos en el canal de Panamá, la instauración de diferentes dictaduras gubernamentales en América del Sur, y la intervención política y económica de Estados Unidos en el continente.

Como es de suponer, junto con la inmigración llegaron a la ciudad de New York prácticas culturales y sociales, entre las que se destacó la música del Caribe, la cual se convirtió en uno de los principales medios expresivos de las vivencias de los latinos en las ciudades norteamericanas como New York, Miami y Los Ángeles. A la música está íntimamente ligada la producción gráfica en la que se apoya la industria cultural para conformar los gustos de las comunidades, en este caso la de los latinoamericanos habitantes en las grandes ciudades en su calidad de inmigrantes.

En la actualidad, se han presentado estudios etnográficos y culturales que dan cuenta de lo acontecido con los latinos que inmigraron a los Estados Unidos, y entre estas investigaciones existen algunas que dan cuenta de la música Salsa, propia de esta cultura, pero sin llegar a detenerse en explicaciones ajustadas al Diseño Gráfico como la denominada “Discutiendo la autenticidad en la música” (Ochse, 2004) , “Salsa Fantasía, un concepto de Ron Levine” (Reyes Vera, & Ulloa Sanmiguel, Yglesias, 2013) y “De la salsa del barrio a la de la industria multinacional del disco” (Tablante, 2001).

Uno de los principales acercamientos de este trabajo es la teorización acerca de cómo el Diseño Gráfico favoreció la conformación del nombre “Salsa”, término con el que se conocería en todo el mundo a la producción musical realizada en Estados Unidos y luego en América Latina, como síntesis de diferentes géneros de música proveniente del Caribe y América Latina. Diferentes acontecimientos como son el gusto gastronómico de los latinos en Estados Unidos y que fueron representados en diferentes portadas de ésta música, dieron origen a la latinización de anteriores denominaciones en idioma inglés que definían a la “Salsa” como *Latin Soul* para los anglos parlantes, o música latina como se le conocía en los medios hispanos.

Los antecedentes conceptuales y teóricos de esta investigación dan cuenta de aproximaciones académicas al diseño de portadas de Salsa y la influencia cultural que el Diseño Gráfico tuvo para sus creaciones, como es el caso dado en la ciudad de New York, de la situaciones económicas, políticas y sociales de los latinos que vivían en los *ghettos*

(Ramos Gandía, 2014), manifestadas en producciones visuales de las portadas de discos, en especial los de los músicos Willie Colon y Joe Bataan. Se destacan también las relaciones que hay entre otras actividades culturales como la literatura, la poesía y el cine, y su influencia en los modos de vida de los inmigrantes.

La metodología para la investigación de tipo cualitativo aplicada al análisis de 100 portadas de discos de Salsa está encaminada a encontrar aportes a la cultura latina a partir del diseño de las carátulas de los discos. La teoría expuesta en el libro 'Estrategias de investigación cualitativa' (Vasilachis de Gialdino et al., 2012) despliega en siete capítulos, las propuestas de varios autores que describen el modelo de investigación aplicado en la investigación objeto de este trabajo.

Debido al conocimiento del investigador y su compromiso social con los eventos del tema de investigación, la estrategia básica planteada como "Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa" de Vasilachis de Gialdino et al., (2012), se ajusta a los procedimientos metodológicos del trabajo ya que permite un alto grado de interiorización en las propuestas temáticas y conceptuales a lo largo del marco teórico u conceptual.

Como un elemento fundamental en el proceso de análisis llevado a cabo en esta tesis, se desarrolló una herramienta tecnológica con una base de datos publicada en la Internet, que cuenta con acceso a través de hipertexto dinámico (que extrae la información desde una base de datos SQL) y permite vinculaciones entre categorías, las cuales están definidas por la observación directa de las portadas, además que posibilita distribuir las de acuerdo a similitudes de tipo formal o conceptual. Esta metodología de investigación también está definida en "Los estudios de caso en la investigación sociológica" de Guillermo Neiman y Germán Quaranta en (Vasilachis de Gialdino et al., 2012, p213).

En los capítulos finales se describieron hechos propios de la conformación de esta cultura, estudiando el por qué la Salsa es una actividad que moldeó un modo de vida urbano, en donde se analizan las influencias de la delincuencia, tanto la vivida en carne propia por los actores de la música, así como la apropiada de otras expresiones culturales como el cine y la literatura y que fueron llevadas al diseño de las portadas.

En las conclusiones se hace una exposición del papel que puede jugar el diseño en las investigaciones de tipo cultural, ya que muchos trabajos de este tipo pasan por delante de las imágenes sin analizar lo que estas encierran entre líneas. Las conclusiones dan

cuenta también de la metodología de tipo cualitativo y su impertinencia en la construcción de nuevo conocimiento y los aportes para otras ramas del conocimiento de este trabajo investigativo.

1. Problemática y pregunta de investigación

La pregunta de investigación es:

¿Cómo ayudó el Diseño Gráfico, a través del diseño de portadas de la música Salsa, a construir la cultura latina en la ciudad de New York en los años setenta?

La problemática de esta investigación se centra en la falta de un piso conceptual que defina los eventos relacionados con el diseño de portadas de discos de Salsa. De acuerdo con Blum (1978), estudiar etnográficamente la música de sitios o culturas apartadas geográficamente, o de épocas lejanas, propicia el hecho de que no muchas personas contradigan o enjuicien los resultados de investigación (Blum, 1978). Esto es debido a la falta de documentación existente en torno al tema investigado. En lo que concierne a la música Salsa y como lo veía Blum (1978), sigue existiendo escasa información relacionada con el diseño y la producción gráfica relacionada. Aunque ya se pueden ver en las búsquedas de bases de datos académicas resultados relacionados con la música Salsa, éstos indagan sobre la historia, la cultura, los protagonistas de los hechos musicales y hasta anécdotas, pero en la mayoría de los casos sin examinar en profundidad lo relacionado con el diseño, excepto por los artículos de Salsa de Fantasía (Reyes Vera, Ulloa Sanmiguel & Yglesias, 2013) y el libro Cocinando! (Yglesias, 2005), que por tal condición, constituyen referentes indispensables para el presente estudio.

A las circunstancias de tipo político, cultural, social, económico y de inmigración que impulsan los géneros de la música Salsa en New York, se suma el hecho de que las representaciones del diseño y la música Salsa, se dan en el inmenso *collage* que combina diferentes formas de pensamiento, estilos de vida y formas de abordar la cultura de los inmigrantes latinoamericanos procedentes de Cuba, Puerto Rico, República Dominicana, islas del Caribe y diferentes países latinoamericanos e incluso con inmigrantes de otras procedencias como la europea. Los judíos radicados en New York jugaron un papel importante en la difusión de la música Salsa, ya que algunos de ellos fueron propietarios de clubes, hoteles o sellos disqueros. En los sitios de residencia, como el Barrio Latino,

también vivían inmigrantes italianos, quienes fueron también empleadores de muchos latinos en New York. (Tablante, 2001)

El Diseño Gráfico asociado a las piezas de comunicación de la música Salsa aflora en una simbología que rescata situaciones religiosas, comerciales, musicales y sociales, entre muchas otras (Yglesias, 2005) y que se refleja en las carátulas de los discos producidos en los años 70 del siglo XX. Es posible relacionar hechos de tipo cultural con la teoría del diseño, así como su historia, con los diseñadores, entornos, contextos, tecnologías y técnicas y piezas gráficas de la Salsa de los años 70, en la ciudad de New York.

Como el auge de la música Salsa se da originalmente en New York en los años 70, es importante analizar algunas ideas expresadas por diseñadores y artistas que trabajaron en la producción de ilustración, fotografía, tipografía, pintura, escultura, poesía, entre otras actividades de la época y saber cómo ellos, en su interacción con el público latino hispanoamericano, empezaron a participar en su idiosincrasia. Los diseñadores de las piezas visuales vivieron en carne propia los acontecimientos del inmigrante latino y trabajaron al lado de los profesionales estadounidenses.

Las vivencias de los ciudadanos de las grandes urbes conllevan una relación directa con la música, ya que ésta se convierte en una manera de interacción con hechos como la política, la religión, las relaciones de amistad y amor, la cotidianidad, la latinidad, la inmigración, y la representatividad, entre muchos otros acontecimientos. En este campo se puede destacar, a manera de ejemplo, el deporte como parte de la conformación de la cultura latina en New York. En 2012 el *Discjockey* Bobbito García y el fotógrafo Kevin Couliou se unieron para contar historias sobre la cultura y el impacto social de la escena del basquetbol en New York produciendo el film documental "*Doin' it in the Park*" ("THE FILM | DOIN' IT IN THE PARK," 2012) y para el cual el diez veces ganador del Premio Grammy, Eddie Palmieri, hizo la música (José Arteaga, 2013a). Esta relación se manifiesta como una evidencia de la música como medio expresivo de una actividad social y de cómo está presente acompañando las actividades culturales, como lo es también el caso del arte y del Diseño Gráfico, ya que el mismo caso citado así lo evidencia.

A través de la industria cultural, el Diseño Gráfico se asocia a la música por medio de la creación de materiales de comunicación tales como carteles, avisos, carátulas de discos y revistas especializadas. Entonces plantearse la pregunta de ¿Cómo ayudó el Diseño Gráfico, a través del diseño de portadas de la música Salsa, a construir la cultura latina

en la ciudad de New York en los años setenta?, es un punto de partida importante para investigar en aspectos específicos del diseño. Al respecto de cultura y diseño, el diseñador gráfico del sello disquero Fania Records, Izzy Sanabria, posicionó con su trabajo gráfico una “Cultura *Nuyorican*” pues sus representaciones gráficas trataron de salirse de las ideas que del hispanoparlante se tenían durante aquella época. Ayudaron también a esta nueva configuración pioneros del mercadeo neoyorquino como Gabriel Oller, José Curbe-lo, Ralph Mercado y Jerry Masucci, quienes trabajaron desde dentro de la comunidad latina y ayudaron así a dejar atrás estereotipos controlados por angloamericanos ya que apoyaron a los artistas gráficos de origen latino. (Sánchez Coll, 2005b).

En los ámbitos de análisis de la representación cultural y la teoría del diseño, se pueden describir de manera formal las piezas de comunicación gráfica de la Salsa, los diseñadores de la época, sus contextos y sus entornos de trabajo y cultura. Estas descripciones se contrastan con información sobre los hechos ocurridos en el Diseño Gráfico de New York, como por ejemplo la existencia de la denominada Escuela de New York, ya que esta ciudad se convirtió, a mediados del siglo XX, en centro cultural del mundo como producto de la inmigración de varios artistas europeos como Piet Mondrian y Alexei Brodovitch, quienes influenciaron más adelante a artistas gráficos en New York en la creación de un nuevo estilo. Esta escuela fue integrada en su mayoría por artistas que provenían de Europa en épocas de la Segunda Guerra Mundial, influyendo en las artes de los años 50 como es el caso de la llamada Tipografía Figurativa (Meggs, 1998), representaciones en letras que se convertían en objetos y viceversa. Herb Lubalin, diseñador gráfico nacido en New York en 1918 y fallecido en 1981, fue fundamental en el desarrollo de esta tendencia tipográfica, al rechazar la filosofía funcionalista de las escuelas europeas y adoptar un estilo exuberante. En su estilo se ve también una búsqueda estilística en las posibilidades de la técnica de la fotocomposición en cuanto al diseño de tipografías; una de sus más célebres creaciones es la Avant Garde. (Graffica, 2013). Las carátulas e impresos de la época de los años 70, relacionadas con la Salsa, a menudo reflejan dicha tendencia, como es el caso de las identidades de marca del Conjunto Libre, El Gran Combo de Puerto Rico, La Orquesta Novel, el logotipo del Sello Fania, la orquesta Impacto Crea, casos que se presentan en posteriormente en el texto

2. Origen del problema de investigación

Para Ramos Gandía (2005) la instauración de la Revolución Cubana y el aislamiento económico impuesto por los Estados Unidos y los países de la Organización de Estados Americanos a Cuba, tuvo una huella trascendental en el quehacer musical del Caribe. Los músicos cubanos radicados en New York, junto a los puertorriqueños que reinterpretaron parte de la música cubana y a veces la fusionaron con la puertorriqueña o latinoamericana, respondieron a un entorno multicultural que se impuso la ciudad de New York para los años 50 y 60. Estas asociaciones musicales (también permeadas por el jazz), sociales, culturales y políticas convirtieron a New York en referencia obligada de la música del Caribe, música que aunque ya no se hacía en el Caribe, si fue creada por personas con ese origen. Por tanto, es destacable el hecho de que una urbe como New York, fuera la meca de un movimiento musical que se identifica con el Caribe.

De acuerdo con el autor Ramos Gandía (2005), el periodo comprendido entre 1964 y 1967 estuvo marcado por una desatención de la industria del disco por la música del Caribe ya que estuvo en boga el Bossa-nova de Brasil. Sin embargo, fue hacia mediados de la década de los 60, cuando se marcó la génesis de lo que hoy es la Salsa, pues en esta época se perfilaron los grandes cambios en el sonido de la música latina (como se conocía a la Salsa para aquel entonces). A través de las agrupaciones de músicos como Ray Barretto, Eddie Palmieri, Tito Rodríguez, Johnny Pacheco, y Willie Rosario entre otros, y las llamadas “*Jam Sesión*” (grabaciones de agrupaciones de destacados músicos de los diferentes sellos de grabación que hacían descargas musicales, e improvisaban en sesiones de grabación), se reforzaron los gustos musicales por el movimiento salsero de los habitantes de latinos en New York y de allí, en el resto del mundo.

Aunque estas grabaciones no fueron muy comerciales, en el sentido de las ventas, marcaron cambios en el estilo sonoro de la música latina que se impondría en los años 70, al ser adaptados sus sonidos a las emergentes y ya establecidas agrupaciones salseras. Las letras de las canciones dieron cuenta de actividades propias de la cultura latina, y representaron una cultura urbana que se vio reflejada a menudo en las producciones visuales como arte callejero, carteles, cine, publicidad, y en las portadas de discos. Las letras de canciones y sus representaciones visuales ayudaron a dar el título de Salsa al movimiento musical (Característica que se contextualiza más adelante en este texto).

Un acontecimiento importante que marca la actividad sociocultural en el siglo XX, en New York, inicia en el año 1917 con la ley estadounidense Jones–Shafroth que permitió a los puertorriqueños convertirse en ciudadanos estadounidenses, eliminando todo tipo de barrera para la migración libre entre ambos países. La mayor emigración de puertorriqueños a los Estados Unidos se dio entre los años 50 y 80 del siglo XX; en los años 60 un 88% habitaban New York, y de éstos, un 69% vivían en el East Harlem. (Sexton, 1965). El *East Harlem*, se conoce también como “*Spanish Harlem*”, “El Barrio” o “El Barrio Latino”, debido a la presencia de inmigrantes latinoamericanos y sus descendientes.

Figura 1: Harlem River Drive. Roulette Records (1971). Diseño de Ruby Mazur [2].



Figura 2: “Esa foto fue tomada realmente por Leonard Freed, quien disparó una gran cantidad de fotografías acerca de los derechos civiles, y nunca se la acreditaron. Se hizo en un doble tono, en un marcado contraste en blanco y negro. La foto original proviene de una exposición y libro que se llamó “Blanco y Negro en los Estados Unidos a partir de 1968” (Yglesias, n.d.) [2].



De acuerdo con Ortiz Rodríguez (2008), a finales de los años 60 y principios de los años 70, se presentó en New York una revolución cultural que “dio paso a un énfasis en promover una identidad puertorriqueña a través de iniciativas artísticas y culturales”. Ortiz Rodríguez (2008) también manifiesta que “esta revolución cultural son instituciones como El Museo del Barrio (1969), El Taller Boricua (1969), y la creación de los primeros murales comunitarios puertorriqueños en el *Lower East Side*.”

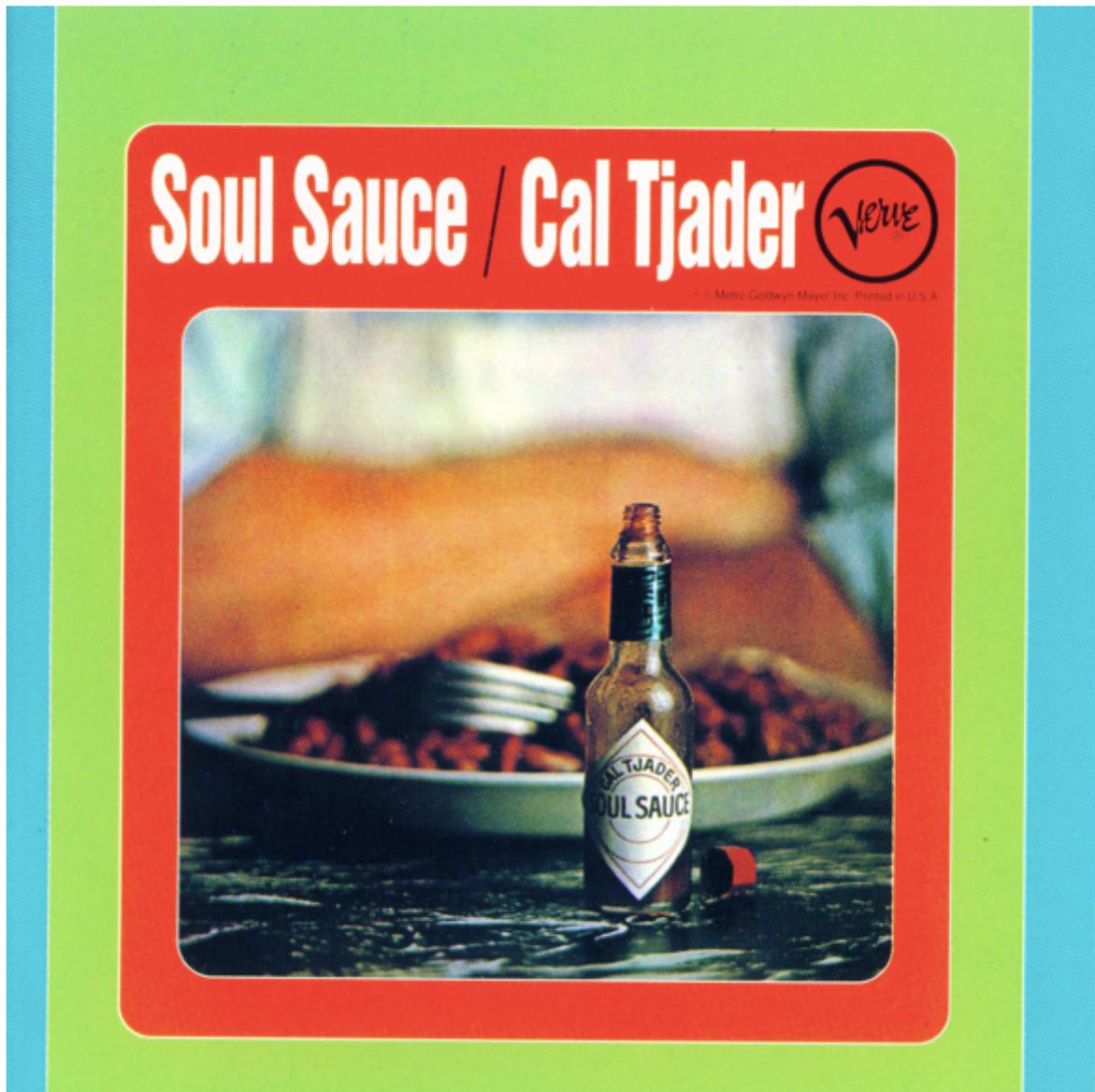
Aunque las piezas gráficas relacionadas con la música Salsa se produjeron en su mayoría en New York, los licenciamientos de exportación de los discos a otros países, especialmente los de Suramérica como Colombia, Panamá, Venezuela y Perú, permiten aun hoy tener gran cantidad de material impreso disponible.

Hasta ahora, la mayoría de estudios relacionados con la Salsa, se centran en la historia de los hechos de la música, pero existen algunas publicaciones que relacionan la música Salsa y el diseño, sus métodos, sus tecnologías, los diseñadores y las formas de comunicación y las relaciones y las miradas que tiene el diseño hacia estos hechos, como es el caso del libro *Cocinando!* (Yglesias, 2005) cuyo aporte en tal sentido es destacado por los investigadores Reyes Vera y Becerra (2011) cuando señalan que :

“El autor hace un análisis detallado de algunas carátulas representativas a partir de entrevistas con sus creadores originales, a la vez que las agrupa acertadamente por temáticas como Mambo-Manía, Cubop, Oriza, Viva *Soul*, Échale Salsita, Oye como va, *Oh Meu Brasil* y Barrio Nuevo. Yglesias presenta en su texto rasgos marcados que identifican y justifican la presentación de cada tema con estilos particulares. “ (Reyes Vera & Becerra 2011, p.4).

En otro caso, en la tesis doctoral denominada “De la Salsa del barrio a la de la industria multinacional del disco” (Tablante, 2001), se hace referencia a las carátulas de discos de Salsa para dar cuenta de cambios culturales de los latinos, tales como apariencia física de la moda (Cita al escritor puertorriqueño Edgardo Rodríguez Juliá (Tablante, 2001, p.154),) y la imagen idealizada –americanizada– del mundo latino (En específico, se hace referencia a la carátula de 1964 de Cal Tjader *Soul Sauce* (Figura 3) del sello de jazz Verve (Tablante, 2001, p.134)), para explicar sobre cómo la latinización de términos en inglés pueden decantar en nuevas palabras, en este caso *Soul Sauce* con “Salsa”, como se ilustra en la figura 3.

Figura 3: Soul Sauce – Cal Tjader – Sello Verve (1962). Diseño de Acy Lehman [2].



De acuerdo con lo enunciado, es posible deducir, tal como lo especifica Yglesias (2005) que:

“...la música latina, y el diseño que lo representa, es una colisión única de influencias: el Caribe, África, Europa, indígenas, de Estados Unidos.”.(Yglesias, 2005).

Figura 4: Que viva la música. Ray Barretto. Fania Records. Diseño de Walter Vélez e Izzy Sana-
bria (1972). La música fue una parte vital del diario acontecer del Barrio Latino [2]



3. Pregunta de investigación

¿Cómo ayudó el Diseño Gráfico, a través del diseño de portadas de la música Salsa, a construir la cultura latina en la ciudad de New York en los años setenta?

Forma declarativa de la pregunta: Papel que desempeñó el Diseño Gráfico en la construcción de los elementos culturales latinos en New York, a través del diseño de las portadas de discos de la música Salsa realizadas en la década de los años 70 del siglo XX.

4. Objetivos de la investigación

4.1 Objetivo principal

Analizar cómo el Diseño Gráfico se hizo partícipe en la construcción de la cultura latina, a través de las portadas de la música Salsa producidas en New York en la década de los años 70 del siglo XX.

4.2 Objetivos específicos

- Reconocer algunos hechos culturales significativos que marcan la creación artística en el contexto musical de la música Salsa de los años 70 en la ciudad de New York, que ayuden a analizar la simbología visual de los diseños de portadas de discos de Salsa en los años 70 en New York
- Examinar el contexto de la creación artística y diseño de portadas de discos de la música Salsa de los años 70 en la ciudad de New York, para averiguar las condiciones tecnológicas y su influencia en Diseño Gráfico de la época.
- Describir los elementos gráficos de las portadas de la Salsa de los años 70 elaboradas en la ciudad de New York, para establecer relaciones de identidad cultural.
- Estudiar los hechos representados en las portadas de discos de Salsa realizadas en los años 70 en la ciudad de New York, para comprender dinámicas de la cultura latina

5. Justificación

Esta investigación parte del conocimiento previo que se tiene de la música Salsa por parte del investigador y de la existencia de la literatura concerniente a los hechos culturales que enmarcan el movimiento salsero, literatura que se centra básicamente en la descripción de la producción musical, los acontecimientos culturales que enmarcan dicha producción y las biografías de los músicos, y algunos testimonios de los significados visuales de las representaciones en el Diseño Gráfico de las portadas de la Salsa en los años 70 del siglo XX.

Dentro de los resultados se analiza la cultura latina en New York, a través de las imágenes producidas en las portadas y la mediación que tuvo la industria cultural, como el cine, la radio, la televisión, y las revistas dentro de un contexto musical y sus resultados visuales en las dichas portadas, dando a conocer el aporte del diseño. Estos resultados pueden interesar a todos aquellos diseñadores e investigadores que quieran adentrarse en los hechos culturales que enmarcan la producción visual de la música Salsa.

Tal como lo infiere Villuendas Andrés (2014), la obra gráfica perteneciente a un lapso de tiempo, es un testimonio para el conocimiento histórico y socio-cultural, hecho que nos permite conservar y recuperar lo que se ha dado en llamar la “memoria popular” y ofrece un registro documental de las actividades, actuaciones y acontecimientos ocurridos en un momento determinado.

Este texto plantea la posibilidad de contextualizar al ciudadano latino en su hacer, sus intereses y demás aspectos a partir de las carátulas de la Salsa, principalmente en la época de su auge en los años 70 en New York.

Existen unos hechos culturales propios de la comunidad latina en New York, que se representan en el trabajo Gráfico de diseñadores a través de la producción visual en las portadas de los discos de Salsa. La religión, el amor, la convivencia, la gastronomía, la delincuencia, el idioma, la amistad y la latinidad, entre otros aspectos, presentes en la producción visual, pueden dar claves para comprender la manera cómo el diseño hace parte de la cultura y cómo éste ayuda a su entendimiento y conformación.

Investigar sobre las relaciones existentes en las representaciones culturales de la comunidad latina, que hace el Diseño Gráfico a través de las portadas de la Salsa produci-

das en los años 70 en la ciudad de New York, hace posible dar a conocer las técnicas de diseño empleadas en la época con la mediación y las metodologías existentes en su momento. Estas metodologías y tecnologías pueden atestiguar sobre las tendencias e influencias que tuvo el desarrollo del Diseño Gráfico y qué aportes se despliegan a partir de allí, para determinar las claves visuales del Diseño Gráfico relacionado a la música y la cultura latinoamericana.

El Diseño Gráfico asociado a la producción visual de la música Salsa, tiene una simbología que infiere situaciones propias de la cultura latina (Yglesias, 2005) y que se refleja en las portadas de los discos producidos en los años 70 del siglo XX. Así que es posible relacionar estos hechos de tipo cultural con la teoría del diseño, así como su historia con los diseñadores, entornos, contextos, tecnologías y técnicas, y piezas gráficas de la Salsa de los años 70.

Como el auge de la música Salsa se da originalmente en New York en los años 70, es importante analizar algunas ideas expresadas por artistas que trabajaron en la producción de ilustración, fotografía, tipografía, pintura, escultura, poesía, entre otras actividades y saber cómo ellos en su interacción con el público latino hispanoamericano empezaron a establecer signos de su idiosincrasia. (Sánchez Coll, 2005a)

El Diseño Gráfico en New York de los años 70 reflejaba un estilo ecléctico y propio de su entorno. Ejemplos de ello se ven en el trabajo de diseñadores, no asociados necesariamente a la música Salsa, como Herb Lubalin, creador de las revistas *Avant Garde* y *U&LC* (Graffica, 2013); Paul Rand, creador de muchas marcas como *IBM*, *Westinghouse*, *United Parcel Service*, *American Broadcasting Company* y director de arte de la revista *Esquire*, y *GQ*; Henry Wolf, director de arte de las revistas *Esquire*, *Harper's Bazaar* (Ver Figura 6) así como *Show*. En este sentido, también es relevante el trabajo de Peter Max, artista Gráfico conocido por el uso de formas de la Sicolodelia y de gran colorido, Todos ellos son diseñadores que, a la postre, influenciaron la gráfica visual de los años 70 (Hillebrand, 1971). Otra revista relacionada al diseño en New York es *New York Magazine*, fundada por Milton Glaser y Clay Felker. Glaser es el creador del famoso slogan "*I love New York*" que reemplaza la palabra *love* con un ícono de corazón de color rojo.

Figura 5: Joe Cuba Sextet, Vagabundeando!. Hangin Out.(1964) Fotografía de Stewart Friedman para Moskof-Morrison Inc. Moskof Inc, un estudio que hizo varias portadas para sellos de música latina de los años 60. En la imagen se observa a Cheo Feliciano sosteniendo un ejemplar de la revista *Harper's Bazar* [5].



En la imagen de esta portada del Sexteto de Joe Cuba, álbum donde apareció el famoso tema 'El Ratón', tema icónico de la Salsa, se aprecia a Cheo Feliciano sosteniendo una revista *Harper's Bazar* en los estudios de *Moskof-Morrison Inc*, el mismo estudio que publicara la citada revista por la época. Parece existir un afán por evidenciar la integración de lo latino con las vivencias propias de la cultura estadounidense, y, en otro sentido, es posible pensar en la necesidad de la revista *Bazaar* en venderse también a un público la-

tino, ya que esta portada de disco, debía llegar a la audiencia que escuchaba este tipo de música.

Figura 6: Facsímil de la revista Harper's Bazar, de la edición de abril de 1964, a la que se hace referencia en la figura 5. Fotografía del neoyorquino Melvin Sokolsky, fotógrafo de moda en los años 60. La modelo luce un sombrero de paja de Van Cleef and Arpels . Harper's Bazar (1964) [5].



6. Metodología

El propósito de esta investigación se centra en la participación que tuvo el diseño en la construcción de una cultura latina en la ciudad de New York, en los años 70, una época en la que muchos de sus habitantes eran de origen latinoamericano y que, en algunas manifestaciones, encontraron en la música una vía de escape a sus problemáticas sociales.

La metodología de tipo cualitativo que se aplicó al análisis de 100 portadas de discos de Salsa, objetos centrales de este trabajo investigativo, para encontrar aportes a la cultura está definida en la teoría expuesta en el libro 'Estrategias de investigación cualitativa' (Vasilachis de Gialdino et al., 2012). El libro expone en siete capítulos la teoría de diferentes autores que describen el modelo de investigación cualitativa como se expone en la tabla 1.

Tabla 1: **Distribución del libro «Estrategias de investigación cualitativa» [6].**

Capítulo	Autores	Ubicación
«Los componentes del Diseño Flexible»	Nora Mendizábal	p. 65
«El abordaje etnográfico en la investigación social»	Aldo Rubén Ameigeiras	p. 107
«Teoría fundamentada en los datos»	Abelardo Jorge	p. 153
«La Historia de vida y métodos biográficos»	Fortunato Mallimaci y Verónica Giménez	p.175
«Los estudios de caso en la investigación sociológica»	Guillermo Neiman y Germán	p. 213
«El uso de la computadora como auxiliar en el análisis»	Lilia Beatriz Chernobilsky	p. 239

Esta metodología se centra en el conocimiento por parte del investigador y su compromiso social con los eventos del tema de investigación, permitiendo también un alto grado de interiorización en las propuestas temáticas y conceptuales, estrategia básica planteada

como “Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa” (Vasilachis de Gialdino et al., 2012)

6.1 Diseño flexible

De acuerdo con Vasilachis de Gialdino et al (2012) y su recopilación de textos académicos sobre los métodos cualitativos de investigación, se ha escogido para el proyecto de investigación el denominado Diseño Flexible, el cual se conforma como base metodológica para el análisis de cómo el Diseño Gráfico ayuda a la cultura a través de las carátulas de la Salsa hechas en los años 70 en New York.

Vasilachis de Gialdino et al. (2012) se refiere al diseño flexible de la investigación cualitativa, como un modelo que tiene “la posibilidad de cambio para captar los aspectos relevantes de la realidad analizada durante el transcurso de la investigación” (Vasilachis de Gialdino et al., 2012). El modelo flexible abarca tanto al diseño en la propuesta escrita, como al diseño en el proceso de la investigación y basado en estos autores, específicamente en la propuesta de Mendizábal (2012), se diseñó la metodología aplicada a este estudio. En esta materia, Mendizábal (2012), despliega las características de los diseños flexibles en la investigación cualitativa con una distinción analítica entre diseño y propuesta escrita de investigación.

Una de las características fundamentales del tipo de investigación cualitativa con metodología flexible es el de ser emergente, inductiva, y no estructurada. Para Vasilachis de Gialdino et al.(2012), este método admite estar abierto a lo inesperado, y posibilita al investigador revisar y modificar imágenes y concepciones del área que estudia. Además, los datos obtenidos, por no ser enfocados al análisis matemático, se prestan para la reflexión del significado.

En la investigación se tiene en cuenta la experiencia del investigador, su conocimiento del tema subjetivo de sus manifestaciones, en este caso la música Salsa, y se basa en los fundamentos teóricos de la interacción simbólica, constituyendo una tradición de la teoría fundamentada y la historia de vida (Vasilachis de Gialdino et al., 2012). Para respaldar la elección de este diseño metodológico es importante señalar que el investigador tiene experiencia en varios años de coleccionismo y es productor de un sitio de internet informativo sobre la música Salsa, fundado en 1995, llamado *Sa/sajazz*, en el que se relatan historias relativas a la música del Caribe, y en el que consignó una herramienta me-

metodológica que sirvió para ayudar a clasificar las carátulas analizadas, tema que se explica más adelante.

El diseño flexible permite que este tipo de metodología de investigación pueda albergar las formas en que se produce el orden social y la cultura, utilizando la etnografía, la etnometodología, y el estudio de casos. (Vasilachis de Gialdino et al., 2012), en este sentido es importante resaltar el conocimiento previo del investigador sobre la historia de la música Salsa, sus ejecutantes, eventos y relatos, para luego poder teorizar sobre la influencia que tuvo el Diseño Gráfico en la Cultura Latina, promotora de esta corriente musical.

6.2 Unidades de análisis

Las unidades de análisis contextuales acerca de las vivencias de la cultura latina fueron seleccionadas en la metodología a través de las fases de investigación y son:

- La inmigración a la ciudad de New York,
- El origen del nombre de la Salsa,
- El Diseño Gráfico en las carátulas,
- El diseño en el *Ghetto* y
- La cultura latina.

Estas unidades de análisis se convierten en temáticas centrales del marco teórico y conceptual y se diseñaron con base en los objetivos de la investigación, los cuales dan contexto y enmarcan el aporte del Diseño Gráfico en la cultura latina en New York.

Otras ramas de análisis son los medios de comunicación, en los que se presentan las revistas, la prensa, el cine, la televisión y aquellas que dieron cuenta en su momento de contextualizar a la cultura latina proveniente de la inmigración.

Para este estudio se contemplaron entrevistas, lecturas de libros y publicaciones relacionadas con la Salsa y la Cultura Latina, y se hicieron indagaciones con personas pertenecientes a grupos relacionados al coleccionismo de la música Salsa, como el señor Ricardo Ruiz Angulo, periodista y conductor del programa radial La Salsoteca de Richie; entrevista con el diseñador gráfico y experto musicólogo Miguel Camacho de la Radio Nacional de Colombia, quien conduce el programa Jazz con Sabor Latino, y José Arteaga Rodríguez, director musical de Radio Gladys Palmera, quien produce el programa La Hora Faniática. En cuanto a los diseñadores implicados en la producción de las portadas, se

encontró material en forma de entrevistas en el sitio web dedicado a la historia de la Salsa “Herencia Latina” (Herencia Latina, 2016), sitio de Internet del cual se referencian varios aportes para esta investigación y también se contó con la opinión personal a través de correo electrónico del señor Pablo Yglesias, escritor del libro *Cocinando!* (2005)- Otros aportes importantes, entre muchos otros, fueron los del señor Alexander Aldana, diseñador gráfico e investigador con maestría en Estudios Artísticos de la Universidad Distrital de Bogotá.

En el portal de Internet Herencia Latina se pueden encontrar referencias sobre los diseñadores gráficos Abel Navarro, Izzy Sanabria, Charlie Rosario, Ely Besalel, Ron Levine, Chico Álvarez, Walter Vélez, Yoghi Rosario, Lee Marshall, Sandy Hoffman, Henry Fiol y Jorge Millet (estos dos también músicos). También se tomó en cuenta la observación directa de los créditos en las contra-carátulas de los discos. Otra fuente importante de consulta la constituye la base de datos de *Discogs*, un repositorio gráfico y de listas en texto de canciones en portadas con sus respectivos créditos en la mayoría de los casos. (Discogs, 2016a).

Otras unidades de estudio son los documentos de la época de los años 70 como las revistas *Latin NY* (Sanabria, 1981), *Billboard* (Billboard, 1975), *New York* (New York Magazine, 1968), *Latin Beat* (Salazar, 1991). En este campo también se revisó el libro “Historia del Diseño Gráfico” (Meggs, 1998), la tesis de grado doctoral “Diseño y sociedad, Cartelismo y gráfica en la Barcelona de los 1970-1990 a través de la obra de un estudio de diseño” de (Villuendas Andrés, 2014), la cual sirvió para dar contraste a la información y sirvió como punto de partida para hallar una metodología con base en la experiencia del investigador (Villuendas Andrés, 2014, p14), como la utilizada en la investigación sobre portadas de la Salsa; también fue muy importante el documento de tesis doctoral denominada “De la salsa del barrio a la de la industria multinacional del disco” (Tablante, 2001) ya que documenta ampliamente la cultura latina en New York y sus relaciones con la música y la industria cultural. Para contrastar la investigación, con un análisis de carátulas de discos, se tomó como referencia el libro de Pablo Yglesias “*Cocinando!: Fifty Years of Latin Album Cover Art*” (Yglesias, 2005) donde se clasifican categorías basadas en los géneros musicales, en el libro se hace referencia a diseñadores gráficos que trabajaron en new York desde los años 50. Del mismo modo se estudiaron las portadas de la música producida en los años 70, alrededor de la Salsa y los acontecimientos relevantes del Diseño Gráfico en New York tomando como fuente los relatos

de los diseñadores como Ely Besalel, Izzy Sanabria, y Jorge Vargas entre otros, que aparecen en el portal web Herencia Latina (Herencia Latina, 2016) y entrevistas con José Arteaga (Jose Arteaga, 2017), historiador musical. A partir del trabajo previo de documentación se decidió seleccionar 100 carátulas de discos relacionadas con los años 70 (es posible encontrar producciones de finales de los 60, que se hicieron relevantes en los años 70) para establecer las relaciones de forma y concepto que conllevan al análisis y conclusiones teóricas.

6.3. Fases de la metodología

6.3.1. Recolección de información conceptual, histórica y teórica.

Para la primera fase de la investigación se implementaron talleres de construcción de preguntas, temáticas y unidades de análisis como marco de los seminarios de investigación dentro los estudios de la Maestría en Diseño. De estos talleres se extractaron ideas y palabras clave presentadas a diseñadores, quienes opinaron y aportaron sus ideas y conocimientos, sobre todo, en el área del Diseño Gráfico, pudiendo tener así uno de los puntos de partida para definir las unidades de análisis que se hayan podido obviar en una primera instancia en el planteamiento. (ver figuras 7 y 8).

Tabla 2: Fases de la investigación. [6]

Pregunta de investigación
Problemática
Palabras clave de apoyo
Recolección de datos e información
Diseño de metodología cualitativa
Diseño de herramienta de análisis
Marco teórico y conceptual
Conclusiones

Una primera aproximación a las bases teóricas se dieron en la búsqueda del contexto en que se desarrollaron los diseñadores y las causas de tipo social y cultural que dieron origen a que en New York hubiese una gran cantidad de inmigrantes. Para apotar esta

idea, se realizó un mapa mental que ayudó a poner en claro conceptos sobre la inmigración, como se observa en la figura 7.

Figura 7: Mapa mental con ideas iniciales sobre las causas de la inmigración hacia New York en los años 70. Se observa la metáfora de la Estatua de la Libertad sosteniendo una carátula de Salsa [6].



Figura 8: Mapa mental donde se aprecian palabras clave de la investigación. En el gráfico se expresa la metáfora de notas musicales a través de un trombón, instrumento musical de mucho auge en la salsa de la época, en el que entran conceptos por la boquilla y salen al otro lado como sonidos, representados en este caso, por los propósitos de la investigación. [6].



Una vez establecidas las asociaciones pertinentes entre las temáticas a analizar, se desarrolló una herramienta tecnológica, con base en Internet, en la que se encuentra una base de datos que contiene las carátulas a analizar para poderlas clasificar y asociar por

medio de hipervínculos. Esta idea se apoya en dos teorías de organización de imágenes, la primera del pintor David Hockney y su libro “El conocimiento secreto” (Hockney, 2012), en el que se plantea una distribución análoga por temáticas y reorganización de pinturas de la edad media para hallar conceptos que subyacen en las categorizaciones. Como segunda medida, se toma en cuenta la teoría de Lilia Beatriz Chernobilsky proveniente del artículo “El uso de la computadora como auxiliar en el análisis de datos cualitativos” (Vasilachis de Gialdino et al., 2012, p.243) en el que se ponen de manifiesto las tecnologías de la información como herramientas potentes para ayudar al análisis cualitativo. Chernobilsky (2012) se pregunta;

“Si podríamos digitalizar el proceso de conocimiento de manera que el uso de estas tecnologías representen una mejora más que una amenaza a la naturaleza ideográfica de la investigación cualitativa” (Vasilachis de Gialdino et al., 2012).

Esta herramienta posibilita, de alguna manera, dar respuesta a la citada pregunta ya que se constituye en un ejemplo con miras a esa búsqueda. Es posible insertar más imágenes de carátulas y su información relevante, como palabras clave que permiten asociarlas en diferentes categorías y se constituye de esta manera en una mejora para preservar y ayudar al estudio de la cultura.

Muchas metodologías de investigación en imágenes plantean la recopilación, ordenación y clasificación de las imágenes, para encontrar en ellas posibles vinculaciones, nuevas subcategorizaciones y nexos; un ejemplo es la utilizada por David Hockney (2012), de la que da cuenta su libro "El conocimiento secreto" donde relata cómo se dio cuenta de que las imágenes de obras de arte del renacimiento eran en su mayoría elaboradas con instrumentos ópticos. El autor reunía varias imágenes fotográficas y las reordenaba en una pared hasta lograr encontrar vinculaciones, de acuerdo con su parecer.

Contrastando la metodología de ordenación de imágenes con métodos análogos como el anteriormente expuesto, y debido a la posibilidad de ayudarse con tecnología de bases de datos en Internet, este proyecto fue apoyado por una base de datos *mySql*, la cual permite presentar las imágenes de las portadas, reordenarlas, etiquetarlas con la posibilidad de agregar constantemente nuevos archivos a la base de datos y así permitir la ordenación posterior, lo que la convierte incluso, en una herramienta de lectura y de legado de la investigación.

Las imágenes de las portadas fueron seleccionadas a partir de la observación de características formales como son el color, la tipografía, la técnica entre otras características que constituyen el Diseño Gráfico básico, dado que éstas manifestaciones tienen relación directa con los significados encontrados en las carátulas analizadas. La herramienta informática (cuya pantalla inicial se muestra en la figura 9) permitió descubrir de manera ágil y metódica qué relaciones de Diseño Gráfico había entre las portadas de discos, para conformar otro segundo grupo de categorías relacionadas a los hechos denotados o mostrados en las carátulas como son: cine, gastronomía, ciudad, barrio, gente, mujer, sexualidad, religiosidad, poesía y delincuencia, categorías de las que finalmente se seleccionaron 6 para un análisis en profundidad, ya que éstas pueden contener a otras. Estas categorías finales son:

Tabla 2: **Categorías finales de análisis que sirven de base para el marco teórico y conceptual [6].**

Categorías finales
Apropiación
Identidad
Representación
Gastronomía
Religión
Inmigración

Entre otros aspectos, la metodología de tipo cualitativo permite al investigador ir ajustando las agrupaciones, acuerdo con su criterio, de tal manera que pueda conformar una mejor herramienta de análisis.

La herramienta de análisis es visible a través de la URL www.Salsajazz.com/portadas (Aranzazu, 2016). En el sitio web de la herramienta, además de clasificar las carátulas, se consignaron textos, imágenes, audios y video, en aquellos casos, relevantes para la construcción del marco teórico.

Figura 9: Imagen de portadas donde se observan las categorías con hipertextos. En este ejemplo se muestra la categoría hipertextual “delincuencia” [6].



Carátulas de la Salsa

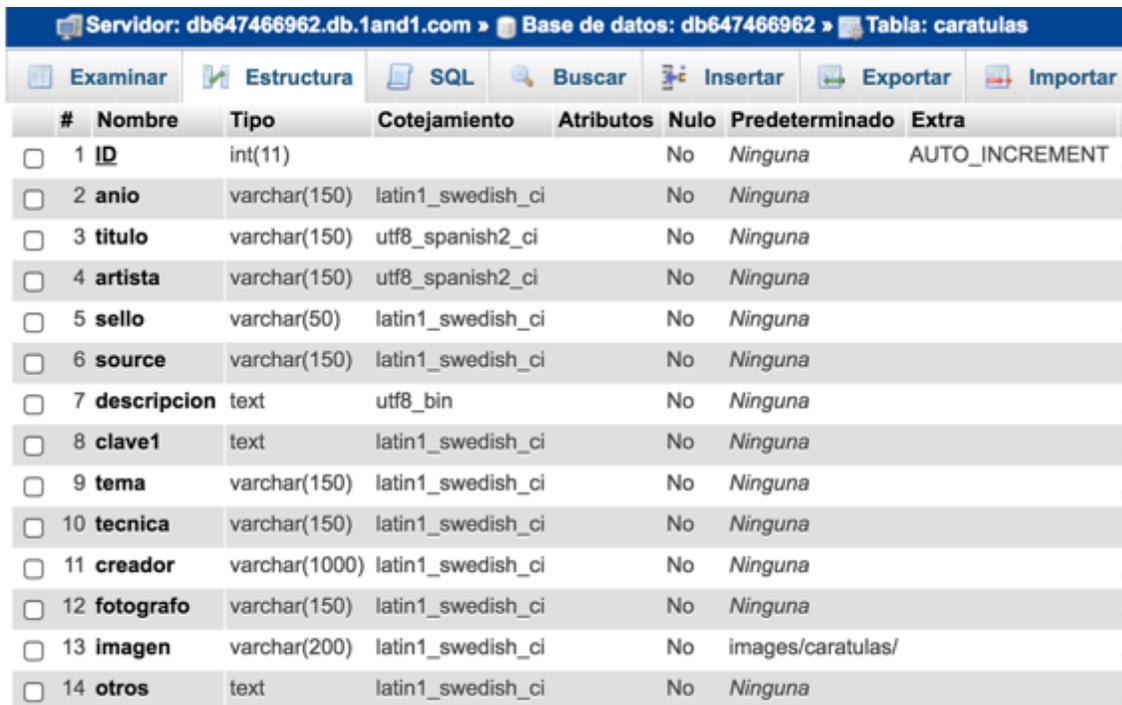
INICIO
GALERÍA (TODO)
GALERÍAS (SECCIONES)
ACERCA DEL PROYECTO

 <p>1968 <i>The Hustler</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Marty Topp Palabras clave Negro, Conjunto, Billar, Cine, Mafía, Tabaco, Tipografía, Delincuencia, Identidad, Apropiación</p>	 <p>1968 <i>El Malo</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Marty Topp Palabras clave Negro, Música, Rojo, Moda, Mafía, Delincuencia, Delincuencia, Identidad</p>	 <p>1968 <i>Riot</i> Leon Gast y Izzy Sanabria & Otro artista: Leon Gast Palabras clave Rojo, Tipografía, Delincuencia, Violencia, Urbano, Ciudad, Barrio, Música, Moda, Identidad, Inclusión, Contracultura</p>	 <p>1969 <i>Guisando doing a job</i> Walter Veles & Izzy Sanabria & Otro artista: Marty Topp Palabras clave Música, Rojo, Azul, Amarillo, Delincuencia, Violencia, Mafía, Tipografía, Moda, Identidad, Representación</p>	 <p>1969 <i>Cosa Nuestra</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Henri Wolfe Palabras clave Música, Azul, Instrumento, Puerto, Urbano, Ciudad, Delincuencia, Violencia, Mafía, Tipografía, Moda, Identidad, Representación</p>
 <p>1971 <i>The big break</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Marty Topp Palabras clave Carcel, Mafía, Urbano, Ciudad, Delincuencia, Negro, Tipografía, Identidad, Inclusión, Representación, Documentación</p>	 <p>1971 <i>Saint latins days mass acre</i> Stuart Leuthner & Otro artista: Stuart Leuthner Palabras clave Negro, Ilustración, Ciudad, Delincuencia, Identidad, Representación, Documentación, Contracultura</p>	 <p>1972 <i>El Juicio</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Ilustración de Aggie Whelan Palabras clave Ilustración, Mafía, Delincuencia, Apropiación</p>	 <p>1975 <i>The god the bad the ugly</i> Ron Levine & Otro artista: Ron Levine Palabras clave crema, cine, acto, delincuencia, acto</p>	 <p>1974 <i>Eddie Palmieri recorde d live at Sing Sing</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Roberto Schneider Palabras clave Ilustración, Rojo, Delincuencia, Carcel, Identidad, Representación, Reconocimiento, Inclusión, Documentación</p>
 <p>1981 <i>Latin Connection</i> Ron Levine & Otro artista: Frank Kollegey Palabras clave cocaina, delincuencia, mafía, letras, cine, identidad, negro, blanco</p>	<p>[Volver Atrás]</p>			

6.3.2. Definición y categorizaciones formales y conceptuales.

Las portadas se organizaron de manera aleatoria, es decir en la medida en que estas se hallaban, dentro de la base de datos. Se insertaron principalmente asignando un nombre alfanumérico a los archivos JPG, (numero-año-artista-titulo.jpg). En la base de datos se establecieron diferentes columnas para los registros, como se ve en la figura 10. Las columnas permitieron relacionar cada carátula con un número de identificación único, año de producción, título de la portada, artista musical, sello disquero, ubicación del archivo de imagen en el sitio web, descripción de la imagen, palabras claves, tema gráfico, técnica en la que fueron realizadas, diseñador gráfico y fotógrafo y además existe una columna que posibilita incluir otra información relevante en caso de que la haya.

Figura 10: Estructura de la base de datos para las portadas de Salsa. La imagen es una captura de pantalla de la aplicación que permite insertar la información [6].



The screenshot shows a database management interface with the following table structure:

#	Nombre	Tipo	Cotejamiento	Atributos	Nulo	Predeterminado	Extra
<input type="checkbox"/> 1	ID	int(11)			No	Ninguna	AUTO_INCREMENT
<input type="checkbox"/> 2	año	varchar(150)	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 3	título	varchar(150)	utf8_spanish2_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 4	artista	varchar(150)	utf8_spanish2_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 5	sello	varchar(50)	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 6	source	varchar(150)	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 7	descripcion	text	utf8_bin		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 8	clave1	text	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 9	tema	varchar(150)	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 10	tecnica	varchar(150)	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 11	creador	varchar(1000)	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 12	fotografo	varchar(150)	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/> 13	imagen	varchar(200)	latin1_swedish_ci		No	imagenes/caratulas/	
<input type="checkbox"/> 14	otros	text	latin1_swedish_ci		No	Ninguna	

Esta metodología de organización permitió asociar con etiquetas a las imágenes para luego asociarlas en hipertextos mediante el uso de lenguajes PHP y SQL, Lo que ofrece mayor rapidez en las búsquedas y permitió hacer conceptualizaciones al ver agrupadas diferentes portadas en grupos pertinentes a las palabras clave.

Es así que las portadas se pudieron organizar de manera cronológica (año) y por etiquetas y sello disquero. Una vez organizadas es posible hacer enlaces con el título del disco para ver una descripción, autor, lista de las etiquetas (que a su vez pueden llevar a otra categoría), tema gráfico, técnica y un hipervínculo a otros trabajos del mismo diseñador. Esta herramienta cuenta con apoyo en los principios de Usabilidad de contenidos en pantalla, para dar acceso rápido a la información.

6.3.3. Organización de las portadas

Las categorías establecidas se dedujeron a partir de palabras clave que tuvieran que ver con características formales del Diseño Gráfico. Se establecieron otras a partir de los hechos que narran las portadas de discos y que son de carácter contextual, es decir que demarcan hechos explícitos de la identidad cultural (ver tabla 4). Estas dos categorizaciones permitieron organizar las portadas en unas categorías conceptuales que contienen a las anteriores (Ver tabla 4).

Las categorías de tipo formal establecidas mediante este análisis, se pueden observar en la tabla 3.

Tabla 3: **Categorías de tipo formal [6].**

Categorías de elementos formales del Diseño Gráfico.
Color
Tema gráfico (músico, instrumento, acción)
Fotografía
Ilustración
Tipografía o letras
Tendencia artística (como Pop-Art, Sicolodelia, Escultura, Cómic, <i>Graffiti</i>).

Tabla 4: **Categorías de tipo contextual [6].**

Eventos gráficos que dan contexto al mensaje			
Mujer	Baile	Bar	Comida
Cine	Literatura	Originalidad	Hombre
Madre	Hijo	Urbano	Ciudad
Documento	Moda	Caricatura	Delincuencia

Drogadicción	Mafia	Fiesta	Festival
Vestido	Tabaquismo	Artesanía	Reconocimiento
Contracultura	Inclusión	Violencia	

Tabla 5: **Categorías de tipo conceptual [6].**

Agrupaciones de primer nivel que incluyen a las categorías		
Apropiación	Identidad	Representación
Gastronomía	Religión	Inmigración

El trabajo con las categorías permitió hacer visualizaciones de las portadas en grupos ordenados y así poder examinarlas en detalle, relatarlas y describirlas como parte fundamental del estudio organizado en categorías conceptuales que se muestran en la tabla 5.

6.3.4. Hipertextualidad e hipermedia

Una de las ventajas de la organización hipertextual (La capacidad de vincular palabras o textos que lleven a otros contenidos) e hipermedial (La capacidad de vincular conjuntos de contenidos, por ejemplo, con palabras clave) es la posibilidad de desenlazar los documentos de la secuencialidad o linealidad que impone el impreso. (Vasilachis de Gialdino et al., 2012, p 265-266). Es posible mediante este método, reunir o correlacionar significaciones, lo que caracteriza a un sistema hipermedia. Un ejemplo posible se dio en la acción de reunir todas las carátulas que contuvieran elementos gastronómicos y que, a su vez, se ordenaran por fechas, pudiendo seleccionar de este grupo las de un determinado sello, artista o diseñador. Otro ejemplo posible por medio de esta técnica es el de organizar una gran cantidad de imágenes y encontrar asociaciones que podrían estar ocultas como, por citar otro ejemplo, la categoría del cine, que sirvió para analizar las apropiaciones que hizo el Diseño Gráfico de otras manifestaciones culturales y poder así teorizar al respecto, como se puede observar en la figura 11.

Figura 11: Al asociar las carátulas con diferentes palabras clave como “cine”, se pudo establecer cuáles portadas de la Salsa recurrían a este concepto, posibilitando así proponer la categoría de Apropiación. [6]



INICIO	GALERÍA (TODO)	GALERÍAS (SECCIONES)	ACERCA DEL PROYECTO	
<p>1968 <i>The Hustler</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Marty Topp Palabras clave Negro, Conjunto, Biliar, Cine, Mafía, Tabaco, Tipografía, Delincuencia, Identidad, Apropiación, Fotografía</p>	<p>1972 <i>Crime Pays</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Len Bauman Palabras clave Auto, Origen, Mafía, Moda, Urbano, Ciudad, Cine, Identidad, Reconocimiento, Inclusión, Documentación</p>	<p>1975 <i>The god the bad the ugly</i> Ron Levine & Otro artista: Palabras clave crema, cine, acto, delincuencia, acto</p>	<p>1973 <i>Indestructible</i> Walter Velez & Otro artista: Robert Schneider Palabras clave Cartoon, Superman, Comic, Superhéroe, Cine, Representación, Identidad, Apropiación</p>	<p>1981 <i>Latin Connection</i> Ron Levine & Otro artista: Frank Kolloegy Palabras clave cocaina, delincuencia, mafía, letras, cine, identidad, negro, blanco</p>
<p>1978 <i>Comedia</i> Michael Ginsburg & Alberta Dering & Otro artista: Yoshi Ohara Palabras clave Acto, Cine, Crema, Apropiación, Identidad</p>	<p>1972 <i>Our Latin Thing - Nuestra cosa latina</i> Izzy Sanabria & Otro artista: Palabras clave Origen, Moda, Urbano, Ciudad, Barrio, Identidad, Inclusión, Cine, Documentación, Gráfico</p>	<p>1972 <i>Live at Cheetah</i> Leon Gast & Otro artista: Leon Gast Palabras clave Origen, Moda, Urbano, Ciudad, Barrio, Identidad, Inclusión, Cine, Documentación</p>	<p>1977 <i>Super Salsa Singers</i> Jorge Vargas & Otro artista: Palabras clave Caricatura, Cartoon, Superman, Comic, Superhéroe, Cine, Representación, Identidad, Apropiación</p>	<p>1979 <i>Super Salsa Singers - Vol 2</i> Ron Levine & Otro artista: Palabras clave Caricatura, Cartoon, Superman, Comic, Superhéroe, Cine, Representación, Identidad, Apropiación</p>
<p>1974 <i>Lo Máximo</i> Yogi Rosario, Graphic Designs & Otro artista: Palabras clave Luxury, Identidad, cine, caricatura, urbano, apropiación, representación</p>	[Volver Atrás]			

6.4 Propósitos

En esta investigación, además de la naturaleza descriptiva, hay un propósito de análisis. A medida que se fue organizando la información de las portadas de los discos, se hizo el análisis en el mismo instante de acercarse a las materias primas investigadas, teniendo como finalidad el Diseño Gráfico y la cultura latina, a través de las portadas de la Salsa, producidas en la época del auge de la Salsa de los años 70 en New York.

Se tuvo también en cuenta el diseño como parte vital de la interacción cultural a través de la música y se observó el concepto de la mirada que tiene el Diseño Gráfico en los sucesos culturales de la música Salsa en una cultura.

Un aporte de la investigación, en su parte metodológica, es la conservación de la memoria histórica a través de las imágenes. Además de que se constituye en un registro documental de interés para otros investigadores.

6.5 Contexto conceptual

Tomando como modelo el método de diseño flexible de investigación cualitativa propuesto en el libro “Estrategias de investigación cualitativa” de Vasilachis de Gialdino et al.(2012), el marco conceptual se empezó a conformar a partir de diversas fuentes o recursos:

- La experiencia del investigador, sus especulaciones e ideas; lo que se constituye en una mirada calificada del tema investigado. Los conceptos no surgieron sólo de las publicaciones académicas y los libros, sino también de charlas con otros conocedores, tanto de la música como del Diseño Gráfico, así como la consulta de recursos informáticos disponibles en Internet.
- El conocimiento y dominio de las tradiciones teóricas referidas a la temática de la cultura latina y el análisis crítico de la bibliografía pertinente y relevante del “estado del arte”.
- Los estudios o investigaciones anteriores, que permitían comprender el tema, especialmente desde las personas o grupos estudiados.

6.6 El tipo de muestra

Ya que los estudios cualitativos se caracterizan por abordar ámbitos delimitados, en donde se privilegia la validez o credibilidad del conocimiento obtenido más que el generalizar

sobre características medibles, los estudios se “dirigen a considerar un reducido número de unidades de análisis, un subconjunto elegido de forma intencional al que se denomina muestra intencional o basada en criterios” (Vasilachis de Gialdino et al., 2012). En este caso las portadas seleccionadas fueron un total de 100, producidas en su mayoría en New York en los años 70, otras, muy pocas, lanzadas en otras localidades y años para ofrecer contexto, ejemplificar o comparar.

6.7 Accesibilidad al terreno y los problemas éticos

El acceso al campo se da a través de visitas a personas, la consecución de entrevistas personales o a través de redes sociales de Internet, la revisión de los documentos de las unidades de análisis es tratada éticamente, sin perjuicio para las personas en el momento de las entrevistas o los documentos publicados, producto de esta investigación.

6.8 Técnicas para obtener datos

Las técnicas para obtener datos se establecieron con base en entrevistas, observación y análisis de documentos gráficos, observación y análisis de medios audiovisuales, bases de datos ya existentes y la creación de una herramienta tecnológica de base de datos específica para el proyecto de investigación, diseñada para brindar apoyo al análisis, aprovechando las virtudes de la hipertextualidad.

6.9 Tipo de análisis

A medida que se recolectaron los datos se tuvieron en cuenta las descripciones, el análisis, la interpretación y las categorizaciones. Este trabajo se hizo constantemente a medida que avanzó en la investigación, con el apoyo de la creación de mapas mentales de palabras clave sobre la cultura latina y las causas de la inmigración; de la base de datos en formato de MySQL y conexión dinámica en la página HTML mediante el lenguaje de programación PHP, CSS y Javascript, que hizo posible un rápido acceso a las diferentes unidades, eventos, categorías, autores y vinculaciones externas a la información encontrada para analizarlos.

6.10 Ubicación del investigador en el proceso de investigación

Debido al interés y conocimiento del investigador sobre la música Salsa, manifiesto que como conocedor de este género musical, desde 1995 he venido publicando textos en un sitio web sobre dicha música (www.Salsajazz.com). Esto hace que tenga relaciones con personas allegadas al coleccionismo, el periodismo musical, y músicos; conexiones que fueron relevantes en el momento de abordar el trabajo de campo. Esta experiencia, sumada a la de mi profesión de diseñador gráfico, fue transcendental para establecer mis puntos de vista en la consecución de los fines de la investigación.

Finalmente, la herramienta tecnológica “Portadas de la Salsa” (Aranzazu, 2016), se puede convertir en un material de interés para otros conocedores e investigadores y sirve de ejemplo metodológico para la organización de portadas de discos, no solo en el ámbito de la música del Caribe, sino también para otras especialidades de la música. Esta herramienta es visible en la actualidad a través del sitio web www.salsajazz.com/portadas.

Soy emigrante latino
que llora en la lejanía
añooro el pueblo querido
que ha dado luz a mi vida.

El emigrante latino (Antonio del Villar)

7. Inmigración hacia New York

La mayoría de estudios sobre la historia de la música Salsa coinciden en notificar una deculturación (pérdida de rasgos culturales) de los pobladores de las Antillas a manos de sus conquistadores europeos. En la colonización de la Isla de Cuba, ocurrió que los españoles conquistadores trajeron esclavos de origen africano de las tribus Yoruba (Lúcu-ma), Bantú (Congo) y Carabalí y a quienes se les permitió mezclar sus costumbres, creencias y cantos con los de los pobladores originales, dando origen al particular estilo de la música cubana, (Ramos Gandía, 2005), estilo que más adelante ayudó a conformar en Estados Unidos y América Latina la música Salsa. En Cuba y el Caribe se dieron varios hechos a través del siglo XX que hicieron que músicos y emigrantes conformaran nuevos ámbitos para crear una cultura latina alrededor de la música. Uno muy importante es la propagación del Son por toda la isla, debido a leyes que hacían que los militares habitaran en ciudades diferentes a las de su natalicio (Ramos Gandía cita a Arteaga, 1994 y Orovio, 1992).

En los años 20, el Son cubano reemplazó al Danzón como baile nacional. En los años 30 y 40 surgieron otros ritmos y formatos orquestales que se internacionalizaron gracias al auge comercial y turístico entre la Isla y Estados Unidos, auge que sería exterminado por el gobierno comunista a finales de los años 50 y que originaría una emigración de cubanos hacia los Estados Unidos principalmente.

Para Ramos Gandía (2005) “el triunfo de la Revolución Cubana y el bloqueo económico impuesto por los Estados Unidos y los países de la Organización de Estados Americanos a Cuba tuvo un impacto trascendental en el quehacer musical del Caribe”, hecho sin el cual el movimiento musical que dio origen a la Salsa, no hubiese sido posible, ya que gran cantidad de cubanos emigraron a Estados Unidos como producto de la Revolución.

Los músicos cubanos radicados en New York, junto a los puertorriqueños reinterpretaron parte de la música cubana que a menudo fusionaron con la puertorriqueña o latinoamericana y de otras nacionalidades, respondieron a un entorno multicultural que imponía la ciudad de New York para los años 50 y 60 (ver figura 12). Estas asociaciones musicales (también permeadas por el jazz), sociales, culturales y políticas convirtieron a New York

en referencia obligada de la música del Caribe, música que aunque ya no se hacía en el Caribe, si era creada por personas con ese origen.

Figura 12: Portada: Desde Puerto Rico a New York. Sonora Ponceña. Inca Records (1972). Fotografía de portada: Leon Gast. Esta portada es significativa en cuanto a que muestra a los músicos puertorriqueños en un ambiente urbano del Barrio. La Sonora Ponceña, una de las principales instituciones musicales de La Isla, frecuentemente grababa en New York [7].



Otro acontecimiento importante que marca la actividad socio-cultural norteamericana en el siglo XX fue la ley estadounidense Jones–Shafroth de 1917 que convirtió a los puertorriqueños en ciudadanos estadounidenses, eliminando todo tipo de barrera para la migración libre entre ambos países. La mayor emigración de puertorriqueños a Estados Unidos

se dio entre los años 50 hasta los 80; en los años 60 un 88% habitaban New York, y de estos, un 69% vivían en el East Harlem. (Sexton, 1965). La comunidad puertorriqueña en New York contribuyó a la creación de la música latina incluyendo la Salsa. Los puertorriqueños de New York instauraron su propio movimiento cultural a través del organismo *Nuyorican Poets Cafe* (Algarín, M., & Holman, B., 1994), también crearon movimientos de tipo político como los *Young Lords* (Libcom, 2011).

De acuerdo con una noticia publicada en octubre de 2012, por BBC, se descubrió que el primer inmigrante a las tierras de lo que hoy es New York, era dominicano. Este hecho ocurrió en 1614 y es importante en la medida en que las autoridades lo reconocieran, bautizando una calle de la avenida Broadway, entre 159 y 218, una zona poblada mayoritariamente por dominicanos, con su nombre: Juan Rodríguez (BBC, 2012).

En New York, en el año 2014, la calle 112 con intersección en *Park Avenue*, fue renombrada como "*Charlie Palmieri Way*" (Agencia EFE, 2014). Charlie Palmieri fue uno de los impulsores de la música latina en New York durante la primera mitad del siglo XX. El barrio Harlem Hispano cuenta además con varias calles con nombres de sus más ilustres habitantes, como la de *Tito Puente Way* (110 Street), puertorriqueño, y en el Barrio El Bronx, desde 2002, la cantante La Lupe, de origen cubano, es homenajeada con la "*La Lupe Way*", antigua East 140 Street. Estos reconocimientos gubernamentales son una muestra de la importancia de los inmigrantes latinoamericanos que aportan a la cultura en la llamada Capital del Mundo.

Los dominicanos son la cuarta etnia inmigrante de New York, en lo referente a la cantidad, después de puertorriqueños, italianos y antillanos. Desde los años 1966 hasta 1978, que se denominan los primeros "Doce años de Balaguer", y como consecuencia de la guerra civil dominicana de 1965, miles de dominicanos emigraron a New York principalmente, y a otras ciudades de los Estados Unidos. La causa principal de la situación política de República Dominicana, fue el golpe militar al gobierno de Juan Bosch en 1962, ya que se temía por parte de los militares la instauración de un gobierno comunista como el cubano (Moya, 1992). Precisamente uno de los más importantes gestores del movimiento salsero, Johnny Pacheco (Juan Azarías Pacheco Kiniping), es dominicano. Por ser el creador junto a Jerry Masucci del sello Fania, es considerado uno de los músicos y empresarios más influyentes dentro de la música Salsa, ya que, prácticamente, moldeó lo que debía ser la música latina de los años 70 en New York y dio pie a que se difundieran

muchos artistas, a través de su sello disquero, por todo el mundo. Otros artistas destacados en New York de origen dominicano son Cuco Valoy y Frankie Dante.

En este cantar profundo,
Lo que dice mi segundo
No hay butifarra en el mundo
Como la que hace el Congo.
Échale salsita, Échale salsita,
Ah, ah, ah, ah, ah...
Congo miró embullecido
su butifarra olorosa,
son las más ricas, sabrosas,
las que en mi Cuba he comido
échale salsita, échale salsita
Ah, ah, ah, ah...

Échale Salsita (Ignacio Piñeiro)

8. Los orígenes del término Salsa

Figura 13: Échale Salsita. Septeto Nacional de Ignacio Piñeiro. (1933) [8].



Un acontecimiento que marcó el folklore latino, es el que se dio con la canción “Échale salsita” (1933), portada que se aprecia en la Figura 13, del fundador del Septeto Nacional, Ignacio Piñeiro, que en su letra hacía referencia a una preparación gastronómica y que algunos investigadores citan para dar cuenta del origen de la acepción que se refiere

a la música. Sin embargo, para Ramos Gandía (2005) el término “no tiene, en absoluto, el sentido que hoy le adscribimos a la palabra Salsa, como denominación de un movimiento musical caribeño y mundial”, ya que esta acepción no se refería al ritmo musical si no al contenido de la letra de la canción, en la que se protesta realmente por la carencia de especias cubanas en la comida de Chicago, donde Piñeiro y Alfredo Valdés se encontraban de gira musical (Salazar, 1991), en la Feria-Exposición “Un Siglo de Progreso”, para la época en la que apareció la canción.

El término Salsa, aparece como texto impreso en una carátula de 1959, producida en Cuba, “Cheo Marquetti – Salsa y Sabor” por el sello Panart (1959). Marquetti lideraba el grupo “Los Salseros”. Panart fue uno de los principales sellos de grabación en la Isla en los años 50 que al llegar Fidel Castro a gobernar el país, se nacionalizó y con los años se convirtió en el sello Egrem, la más importante casa de grabaciones cubana.

Figura 14: Salsa y Sabor. Cheo Marquetti. Sello Panart (1959) [8].



Se destaca el uso del nombre Salsa y Salseros en la carátula de la Figura 14. Esta es la primera vez que un grupo se auto-denomina como "Salseros" lo que hace inferir que la palabra Salsa se usa con una acepción musical, como producto de la asociación relatada con anterioridad.

Figura 15: Hot Sauce. Juan Amalbert's Latin Jazz Quintet (1961) [8].



Los temas musicales cubanos y puertorriqueños desde sus comienzos, a menudo se referían a la comida, debido en gran parte a la alianza existente entre la fiesta y la gastronomía. En Cuba, existe el llamado Guateque, el cual se define como una reunión campesina, más tarde adoptada en los solares urbanos, donde se tocan sones o zapateados

con instrumentos típicos como el tres, el bongó y las maracas. Al respecto se describe en el sitio web de Cibercuba:

"El clásico convite del puerco asado en púa, tostones, yuca hervida con mojo, frijoles negros y arroz blanco, junto a la inseparable cerveza y el ron, o el saoco, que consiste en agua de coco con aguardiente, alegra el guateque hasta bien entrada la noche."(Redacción Cibercuba, 2016).

El término Salsa, (en idioma inglés *Sauce*) ya se había usado en 1961 en una producción del Juan Amalbert *Latin jazz Quintet* , denominada *Hot Sauce*: Sauce aparecería más adelante en otra producción de Jazz Latino como *Soul Sauce* (Ver figura 15), de la cual se habla más adelante en este capítulo.

Figura 16: Salsa Nova . Pupi Legarreta.Tico records (1962) [8]



Otro hito importante en el uso de la palabra Salsa, como se aprecia en la figura 16, y que se asocia generalmente a los inicios de su uso para definir la música del Caribe, es el lanzamiento en 1963 del disco "Salsa Nova" del músico Pupi Legarreta, por el sello Tico Records (SLP 1091). Para el musicólogo José Arteaga, el uso tiene una acepción meramente gastronómica ya que aún no se había definido a esta serie de géneros musicales (mambos, pachangas, guarachas, cha cha chá, etc.) con un único término (José Arteaga,

2015b). El disco fue relanzado en 1965 por Tico Records con el título "Salsa Nueva". Arteaga (2015) afirma después que: "para aquel entonces, el locutor Fideas Danilo Escalona ya había empezado a llamar Salsa a toda la música del Caribe y el comentarista venezolano Eleazar López hizo eco de ello en la contra carátula".

En una reproducción de esta carátula del año 1965, se cambió el término Salsa Nova, por Salsa Nueva. En los créditos de la nueva producción se habla de la Salsa como música ya que Eleazar Salazar escribe que Pupi ya viene haciendo "Salsa" desde su trabajo en Cuba.

Figura 17: Steppin Out. Joe Cuba. Secco Records (1962) [8].



Es a partir de 1962 cuando el término Salsa empieza a aparecer con mayor frecuencia en las letras de canciones y en las portadas. En 1962, el sello Secco lanzó el álbum *Stepping Out* de Joe Cuba para el que Jimmy Sabater compuso "Salsa y Bembé". Max Salazar (1991) cita al autor de la canción para enfatizar en el hecho de que la canción que él tituló "Salsa y Bembé" estaba pensando en darle nombre al movimiento musical: "Mi uso de Salsa fue para describir la música, no la comida " (Jimmy Sabater, 1962).

"Si no me quieres nena,
 más nunca yo amaré
 por que sin ti puchunga
 no tiene Salsa el bembé..."

(Jimmy Sabater, 1962)

Figura 18: The Alegre All Stars (They just don't makim like us any more). Sello Alegre (1962) [8].



En la ilustración de la portada de *The Alegre All Stars*, como aparece en la figura 18, se lee la palabra “Salsa” en la parte de abajo, a la derecha. De esta manera el uso del término no denota la comida, por estar simbolizando un reconocimiento con forma de medalla, a una personalidad, en este caso, de muchas cabezas del movimiento musical.

El titular de esta portada traduce: "Simplemente ellos ya no lo hacen como nosotros ", refiriéndose a una nueva generación de músicos establecidos en New York que están cambiando el sonido de la música cubana tocada en un estilo urbano. El disco de larga duración incluye el tema cubano "El Manisero", que es también una pieza musical que referencia la costumbre culinaria de la isla cubana, traída a la urbe neoyorquina.(Aranzazu, 2016)

El diseñador de esta carátula es el ilustrador norteamericano Sandy Hofman, quien produjo muchos trabajos en carátulas ilustradas en las décadas de los años 60 y 70 para sellos como Verve, Bárbaro, y sobre todo para la subsidiaria de *Epic Crossroad*. Hoffman es reconocido por hacer parte del movimiento del arte Sicolédico.

Figura 19: Eddie Palmieri and his conjunto “La Perfecta”. Sello Alegre (1962). [8].



En la portada *Eddie Palmieri and his conjunto La Perfecta*” se muestra al conjunto La Perfecta en un ambiente urbano, donde los integrantes se muestran apropiados del modo de vida de New York y vestidos al modo de los elegantes clubes nocturnos. En la época era usual esta representación de vestimenta ya que se asociaba a la música de baile.

También se puede escuchar la palabra Salsa en la canción de 1962 “Ritmo Caliente” de Eddie Palmieri, cantado por Ismael Quintana:

“El ritmo caliente,
me gusta el ambiente,
el ritmo con Salsa,
yo toco mi flauta...” (Eddie Palmieri, 1962)

Aunque la calificación de ritmo salsero todavía no se puede atribuir definitivamente a la música de la época, letras de canciones como la de *Ritmo Caliente* ayudaron a reconocer el vocablo “Salsa” junto a la música latina, como lo identifica este tema musical.

Descripción de la portada en palabras del cantante de *La Perfecta*, Ismael Quintana:

“...Entonces, pues, pusimos un trombón y una flauta, que fue Barry Rogers, Joao Donato y Georgie Castro. Así que hay tres combinaciones diferentes en ese primer LP que hicimos. Ese es en el que aparecemos en la portada montados encima de un carro. Eso fue debajo del puente *Whitestone* – el *Whitestone Bridge*. Y ese carro en el que estábamos trepados, que era un carro viejo, era de Chickie Pérez. (González, 2001).

Figura 20: Salsa Na'Ma'. Alegre Records (1963). Diseño de Abel Navarro [8].



A partir de 1963 empezaron a aparecer portadas usando el término Salsa como la denominada *Salsa na' ma'* de Charlie Palmieri y su Charanga La Duboney (Figura 20), de Alegre Records. En esta portada se destaca, en una fotografía, al músico probando lo que debe ser una salsa recién cocinada, que le acerca una mujer. La imagen descansa sobre el título del álbum *Salsa na' ma'*. Max Salazar (1991) afirma que aunque la interpretación de la imagen es a todas luces culinaria, ya se nota una intención por asociar Salsa a las producciones musicales contenidas en el larga duración. En la letra de la canción "Salsa na'má" de Henry Álvarez, el coro de Víctor Velásquez y Willie Torres su-

giere que cuando bailan con sus parejas es "Salsa na' ma' ... Que cosa rica (una alegría)." Las notas de la contra carátula de Al Santiago, su productor, describieron la música como Salsa cuando dice:

"La Duboney (la banda de Charlie Palmieri) es una agrupación musical que funciona como una unidad individual y que posee toda la 'Salsa' necesaria para satisfacer al más exigente de los gustos musicales". (Al Santiago, 1963)

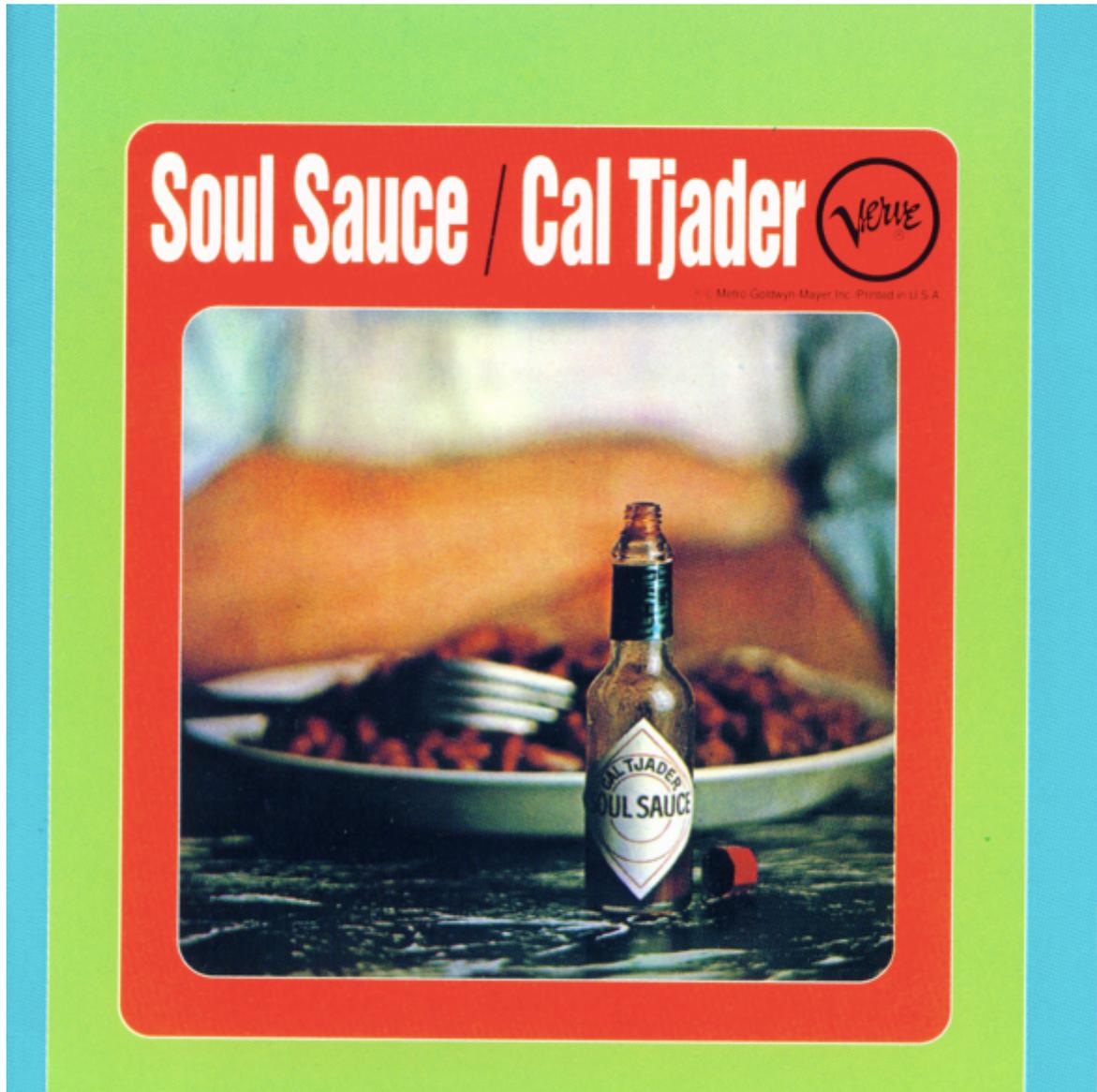
Es por esta razón que el álbum se titula Salsa Na' Ma' (Salazar, 1991). Esta acepción proviene de una metáfora gastronómica e infiere una sinestesia con el sentido del gusto por el de la música.

De acuerdo con el diseñador Izzy Sanabria, en entrevista para el libro *Cocinando!* De Pablo Yglesias (2005), los latinos en Estados Unidos se habían asociado a una imagen de ligereza y buena vida, tendencia que se fue opacando por temáticas sociales y contraculturales en los años 70, cuando los latinos desempeñaron papeles más preponderantes en la vida norteamericana.

Figura 21: Tjader Plays Mambo. Fantasy Records (1956) [8] .



Figura 22: Soul Souce. Diseño de Acy Lehman. Sello Verve (1962) [8].



Otro álbum latino que relaciona a la Salsa como un nombre, asociando a la comida y la música, es el de Cal Tjader, de 1962, *Soul Sauce* del sello Verve (Figura 22), en el que Creed Taylor, su productor, sugirió un nombre diferente al del tema musical *Guacha Guaro* (Gillespie y Pozo lo titularon *Guarachi Guaro* en su producción original en 1948, figura 17), por ser difícil de pronunciar y recordar por la audiencia. Mientras Willie Bobo interpretaba la quijada (o charrasca, es instrumento musical percutivo muy usado en América Latina. Proviene literalmente del procesamiento de una quijada del animal, que a veces puede ser también de caballo o de res.) decía emocionado “*Sabor, Sabor, Salsa Ahi Na’*

Ma”, lo que inspira a Tjader a titular *Soul Sauce* al disco de larga duración. La portada del disco se ilustra con una botella de Salsa Tabasco mexicana con la etiqueta que dice: *Cal Tjader – Soul Sauce*. Para Salazar (1991), la importancia de esta producción en la configuración del nombre Salsa se da porque:

“Esta es la tercera vez que la música se describe como Salsa y los aficionados mexicanos de San Francisco a la música de Tjader comenzaron a usar la marca musical de Tjader. Se extendió a Los Ángeles y otras ciudades a través de programas en español de *rhythm and blues* y de jazz en los Estados Unidos, lo que ayudó a Cal Tjader a vender 150.000 álbumes. Antes de esto, la música latina nunca había sido transmitida por las estaciones con diferentes formatos de música.” (Salazar, 1991)

Este hecho es sin duda una de las principales influencias en demarcar un sentido de vinculación del término Salsa con la música latina y denota la asociación culinaria que tiene el nombre Salsa y que fue propagado con las representaciones visuales de las letras y fraseos que se escuchan en dicha música. Tablante (2001, p.134) opina al respecto de *Soul Sauce*, que la pronunciación de la frase por un norteamericano hispanoparlante de primera generación nacido en Norte América, bien podría sonar como Salsa.

Acy Lehman, el diseñador de la portada de *Soul Sauce*, fue director de arte para RCA y recibió junto al artista Harvey Dinnerstein el Premio Grammy por mejor carátula de discos de 1972 con el trabajo *The Siegel Schwall Band* para la banda del mismo nombre. (“Acy Lehman - Who’s Who in RCA VideoDisc,” n.d.).

En el trabajo gráfico de *Soul Sauce* para Cal Tjader, se infiere uno de los principales aportes a la creación del nombre de la Salsa y se puede decir que el diseñador Acy Lehman, tal vez sin proponérselo, también ayudó a conformar las bases de lo que más adelante empezó a definirse con el término Salsa.

Figura 23: Azucar pa'ti. Tico Records (1965) [8].



Salazar (1991) afirma que en 1965, mientras los mexicanos de la costa oeste de los Estados Unidos ya llamaban Salsa a la música latina, en New York, Eddie Palmieri lanzaba el disco *Azúcar pa'ti* (*Sugar for you*), (que se ilustra en la figura 23), nombre que asocia nuevamente el sentido del gusto con la música. Aunque la palabra “azúcar” en el titular de la carátula, relaciona lo dulce con el sabor y la música, no es como para dar nombre a un movimiento musical, pero si es usada frecuentemente para calificar los ritmos salseiros. Celia Cruz la usaba como “grito de batalla” frecuentemente. Al respecto, Celia Cruz comenta en una entrevista que estando en Miami, al ofrecérsele café en un restaurante

cubano, le preguntaron: ¿Con azúcar, o sin azúcar? Y ella gritó: “¡Con azúcar!”, desde ese día usó el estribillo en algunas de las canciones que interpretaba en vivo. (Cruz, 2010).

Figura 24: Aquí Llegó! Mericana Records (1972). Con faltas ortográficas impresas. Las portadas de Salsa de los años 70, a menudo presentan este tipo de faltas idiomáticas [8].



En 1972 el grupo Rey Roig y su Sensación lanzó el disco ¡Aquí Llegó! (Mericana Records) (Figura 24) Que incluye el tema *Traigo Salsa* de su vocalista Julián Llano. (Salazar, 1991). Mericana grabó artistas que no hicieron parte del Sello Fania, según se deduce al consultar la base de datos de Discogs (2016b), lo cual significa que entre los creadores

del término Salsa, estaban también interviniendo otros actores diferentes a los de la disquera que acaparó el mercado, Fania Records, sello al que habitualmente se le señala como creador del término con fines comerciales.

Figura 25: Ma' Salsa que pesca'ó. Louie Colon. UA Records (1973) [8].



Un año después salió al mercado *Más Salsa que Pescao* (Figura 26) de la orquesta de Louie Colon. Es frecuente ver a los músicos en las portadas de discos, luciendo trajes al estilo de conquistadores o con vestimenta histórica, a la usanza de la colonización española. Se manifiesta como una representación de la conquista que representa el reto de la música y el de conseguir un público oyente.

Figura 26: Amor con Salsa. Vicentico Valdés. Diseño de Ely Besalel. Tico Records (1973) [8].



En la portada de “Amor con Salsa” (Alegre Records) de Vicentico Valdés (Figura 26), el subtítulo reafirma el uso de la palabra Salsa, y el diseño de las letras del titular se relacionan con los tipos de letras Figurativas como los de Roger Dean que definieron las carátulas del grupo de música rock Yes, como la denominada *Close to the edge* (1972).

Otros diseñadores como Peter Max, o los que integraron el estudio de diseño *Push Pin* (De Seymour Chwast y Milton Glaser, entre otros) tuvieron también influencia en la cultu-

ra de la época. Con respecto a dicha influencia, se puede decir que este estudio se desprende del famoso logotipo de “*I Love New York*”, en el que Glaser reemplazó la palabra *Love* por un icono de corazón rojo. Otros diseñadores de importante relevancia en el New York por la época de los 70, fueron Peter Max.(Gorce, 2013), Roger Dean y Rodney Matthews, quienes trabajaron en portadas para grupos musicales del rock, también pueden ser considerados influyentes en el diseño de portadas de discos en los años 70.

Para reafirmar este relato sobre el origen de la palabra Salsa y su relación con la música producida en New York, Salazar (1991) menciona que en la revista *Latin NY* en uno de los números de 1973, se publicaron varios avisos publicitarios con algunas de las portadas mencionadas anteriormente y que contenían la palabra Salsa, tanto en su contenido (el del arte de las portadas) como en los textos que acompañaban a los anuncios, y también el del lanzamiento del disco de Roberto Torres, *El Castigador* (Mericana, 1973) (Figura 27), al que se le califica como “La nueva sensación de la Salsa” en el texto del anuncio. También, ese mismo año, salió un aviso con una caricatura del diseñador Izzy Sanabria anunciando el nuevo “*Salsa music TV show on WXTU channel 41, premiering Saturday, November 17, 1973 at 6:30 pm.*” (Salazar, 1991)

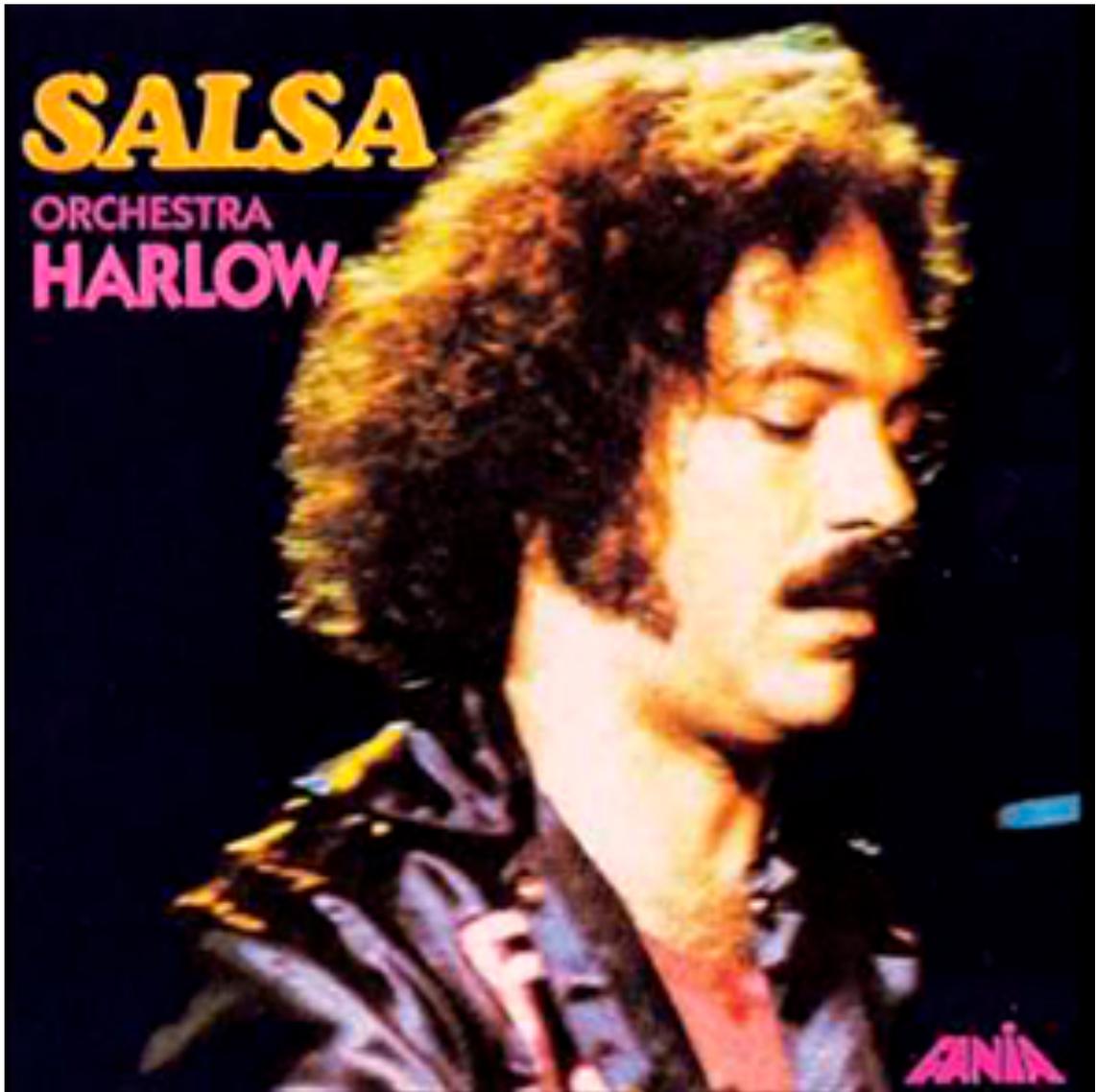
Figura 27: El castigador. Roberto Torres. Mericana LP (1973) [8].



Figura 28: Algunas portadas de la revista *Latin NY* (1973) [8].

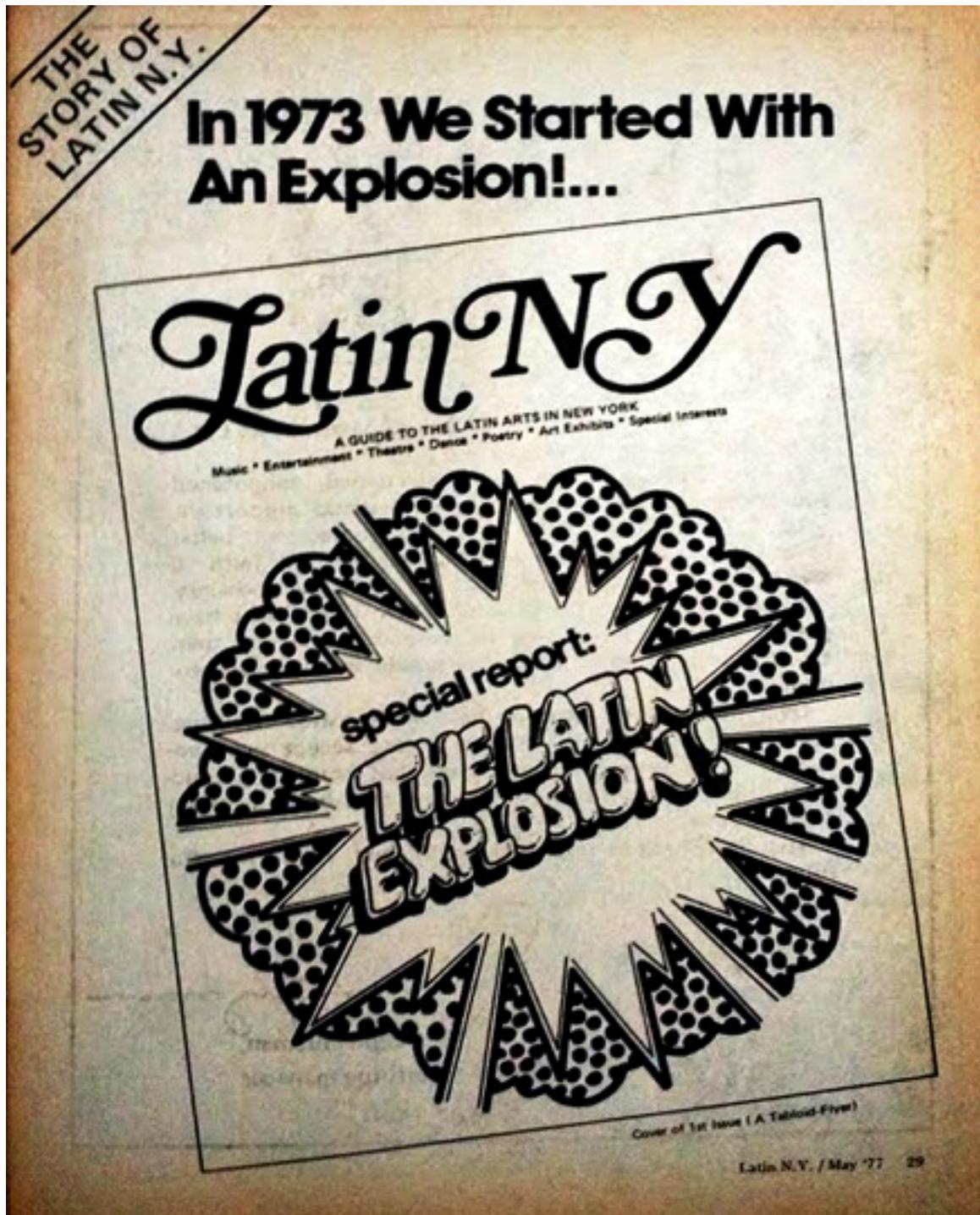


Figura 29: Salsa. Fania Records. Larry Harlow. Diseño de Francisco Ogarrio. (1974) [8].



En la frase: “La Salsa es como un folclore urbano internacional” de Ruben Blades (1985), se interpreta el sentido de cómo la música empezó a extenderse por toda América Latina como un símbolo de unidad y de identidad. Para Salazar (1991), el álbum que finalmente detona el uso de la palabra Salsa, es el de la Orquesta Harlow de 1974, Salsa (Figura 29), el cual colocó a Larry Harlow como uno de los mejores cinco directores de orquesta de Salsa. Muchos compradores del mercado anglo que habían abandonado la música latina desde que el Mambo se había impuesto al cha-cha-cha en años anteriores, fueron cautivados nuevamente.

Figura 30: *Latin Explosion*. Revista *Latin NY*. Diseño de Izzzy Sanabria. (1973) [8].



En la revista *Billboard* del 12 de junio de 1976, un número dedicado a la música latina, hubo un suplemento de 24 páginas llamado "*Latin Explosion*" (Kelley, 2005) y que ilustra

en la figura 30. Este suplemento es mencionado en algunas publicaciones como el sello final que demarca la institucionalización del término Salsa para la industria cultural en Norteamérica. El agregado de la revista identificó las raíces de la Salsa en el movimiento nacionalista puertorriqueño en New York y proyectaba en aquel año que “una vez que la música fuera acogida por los latinos de otros países, dejará de ser un fenómeno de New York y una declaración política y se convertirá en un género verdaderamente representativo de la música latina.” (Kelley, 2005)

Para Kelley (2005), la historia de la Salsa en New York se puede contar desde tres perspectivas. La primera es a través de la conformación de los ritmos afrocubanos desarrollados principalmente por puertorriqueños del *East Harlem* y el *Lower East Harlem*. La segunda, a través de cómo Puerto Rico y New York pueden mezclar sus herencias culturales y, finalmente, a través de la estrategia comercial de explotación del fenómeno musical (Kelley 2005^a, p.173).

Otros eventos importantes para la implementación de la palabra Salsa como común denominador para varios géneros de la música latina en New York, se dan con el lanzamiento de la campaña publicitaria del promotor Ralph Mercado, en el cual llamó al Cheetah Club, “The home of Salsa”, también el radiodifusor Polito Vega empezó a llamar a un programa radial de música latina, en la radio WBNX, como “100% Salsa” y el diseñador gráfico Izzy Sanabria, editor de la revista Latin NY, publicó sistemáticamente artículos sobre la música latina en su revista Latin NY (Shepherd & Horn 2012). En enero de 1973, Peter Ríos cedió el uso del nombre Latin NY al artista e ilustrador Izzy Sanabria, título que Ríos tuvo en 1967 y 1968 (Salazar, 1991). Aunque hubo músicos que rechazaron pública y ampliamente el uso del nuevo término Salsa para calificar a la música que hacían, como Tito Puente, Eddie Palmieri y Mario Bauza, el uso de la palabra Salsa se popularizó a nivel mundial.

El 5 de mayo de 1975 la revista Time publicó un artículo acerca de la actuación de Eddie Palmieri en Avery Fisher Hall, introduciendo así la música latina a sus lectores de habla inglesa. Palmieri ganó en 1975, con “The sun of latin music” el recién implementado premio a la “mejor Grabación latina” del año Grammy (Shepherd & Horn, 2012).

A manera de conclusión, se puede decir que el término Salsa ha venido usándose desde principios del siglo XX desde las primeras difusiones de la música cubana en los años 20, con su uso en las letras de las canciones a manera de metáfora y sus representaciones visuales en las portadas. Así que podría decirse que la palabra Salsa cuenta con una larga trayectoria dentro de la cultura afro latina que la habilita como un recurso útil desde un plano simbólico (Tablante, 2001). De tal manera que las puestas en escena del Diseño Gráfico en las portadas de discos popularizaron la nueva denominación de “Salsa”, para definir un conjunto de ritmos musicales provenientes del Caribe y que se lanzaban al mercado desde la ciudad de New York.

La portada es la parte visual de la música

(Izzy Sanabria)

9. Diseño Gráfico y carátulas

Figura 31: Facsímil de *Album Covers The Good, The Bad and the Ugly*. Izzy Sanabria (Sanabria, 1981). Artículo de la revista *Latin NY* sobre el diseño de carátulas [9].

Album Covers The Good, the Bad and the Ugly

By Izzy Sanabria

Okay, you've settled on an engineer, a recording studio, and even made a distribution agreement; but what about advertising and promotion? Your first step here is an often neglected part of record producing... the album cover itself. So, what's so important about an album cover you might ask?

The album cover's importance is that it gives a record its visual look. It is the "buyers first impression, it's a poster, and it's the record's first selling tool. It's what major record companies call "point of purchase." And it is the reason why they spend so much time and money on covers. For while a person may walk into a record store specifically to buy a record they heard on the radio, the album cover stimulates sales while the person is browsing through the record racks. A good cover will be looked at and, if it's appealing, the person will stop and read the back. Once they read the back, you have a good chance to sell them.

Because of lack of knowledge, extreme ego problems or just plain bad taste, many LP covers go so far as to be revolting and turn a potential buyer off. Money can sometimes be a factor in that some companies will spend the least amount of money on cover designs as a way of cutting expenses or failure to realize the importance of packaging. A lousy cover isn't always the direct result of a lack of money because even an inexpensively produced, one or two color cover can be sophisticated, creative, and effective. A case in point are the original *Alegre All Star* covers which I designed using caricatures of the musicians. This series was very well accepted by the public. The album which launched Pacheco's (and my) career was a two-color cover (*Pacheco y su Charanga* which showed a black wood cut silhouette of Pacheco playing flute against a yellow background). The key here is a design that looks like it was designed specifically that way to avoid giving an impression of cheapness since almost all covers today are in full color.

WANTED BY FBI
For: **THE BIG BREAK - La Gran Fuga**
WILLIE COLON
Alias: EL MALO - THE HUSTLER




ARMED WITH TROMBONE AND CONSIDERED DANGEROUS

CRIMINAL RECORD

CAUTION

E. Lopez

ANIA

The famous album cover that almost got Willie Colon arrested.

A good cover should convey and sell the contents of the record inside. It should create a mood or express a concept. For example, the photos and illustrations which I continuously used on Ray Barretos's albums, are what helped enhance his powerful image: In-destructible, Hard Hands, Barretto Power, etc.

Sometimes, covers which create images that sell can also backfire with ironic twists. For example, the gangster image perpetuated in Willie Colon's covers had many gullible people actually believing that he was a gangster and a bad dude. Some jerks actually challenged Willie like the gunfighters in western movies. The album of greatest impact that I designed for Willie was "WANTED BY F.B.I." (La

Grán Fuga). Willie was depicted in the usual profile/full face mug shots (actually taken in a 25¢ photo machine). The prison ID numbers were the numbers of his previous LPs. The album cover and poster inside (which was also posted around for publicity), was so authentic looking (though it was an obvious parody), that many people called the F.B.I. informing them of Willie's whereabouts. On the cute side, a little old lady was heard to remark, "Mira eso. Me atrevo a postar que fue un Americano y estan tirandole la culpa a ese pobre muchacho porque es hispano." On the serious side, Willie's grandmother went into hysterics when a neighbor showed her the poster before Willie had had a chance to tell her about the album and poster.

Latin N.Y. / 29

En 1981 apareció un artículo en la revista Latin NY Número 7 (1981) denominado *Album Covers The Good, The Bad and the Ugly* (Diseño de carátulas, Lo bueno, lo malo y lo feo, ilustrado en la figura 31) donde Sanabria destacó el valor de acercamiento de las carátulas con el público y porque constituyen en si mismas una visualidad tangible a la grabación, además de ser un factor primordial como elemento de venta y circulación de la música (Sanabria, 1981).

En el artículo se explica por qué las disqueras gastan dinero en las portadas ya que son “puntos de compra” (Sanabria, 1981). No siempre debe ser gastado mucho dinero en la creación, ya que con solo dos colores se pueden crear portadas sofisticadas y vendedoras. Sanabria ejemplifica cómo las portadas de Ray Barretto, que él mismo diseñó, siempre reforzaron la imagen de hombre indestructible, manos duras, poderoso, etc. y que ayudaron a conformar la imagen que del artista se tiene con sus seguidores, generando una identidad de marca reconocible por el público de dicho artista.

Figura 32: Rican/Struction. Ray Barretto. Diseño de Izzy Sanabria y Jorge Vargas. Fania Records (1979) [9].



En la portada *Rican/Struction* (Figura 32) de Ray Barretto, la ilustración de una mano y el instrumento como si de la construcción de un monumento se tratara, ejemplifica la idea expresada por Izzy Sanabria sobre la magnificencia con la que trató la creación de una imagen de marca con Ray Barretto. Éste es el primer disco luego de un accidente en la mano, que incapacitaría casi por dos años al percusionista Ray Barretto y es un trabajo en el cual el artista retorna la Salsa Progresiva y que le hizo ganar, un año más tarde, los títulos de “Músico del año” y “Conguero del año” por la revista *Latin NY*.

En cuanto al aspecto estético de estas carátulas, cabe anotar que las experiencias de movimientos artísticos internacionales “como Fluxus, el nuevo realismo, el arte *pop*, el arte conceptual, y la sicodelia entre muchos otros, son también precedentes directos de experimentos sonoros recientes y así como artistas plásticos tan importantes como Richard Hamilton, Andy Warhol, Robert Frank o Les Levine son conocidos también por sus trabajos en la música rock” (Vinilo, Discos y carátulas de artistas, 2011), los realizadores latinos no fueron indiferentes a estos movimientos artísticos.

Figura 33: Chicago. Del diseñador Nick Fasciano. Sello CBS (1970). Fasciano cuenta con obras expuestas en MoMA de New York, destacando a piezas de Diseño Gráfico como obras del arte moderno [9].



Figura 34: Impacto Crea, Sello Vaya (1973), Ejemplo de la tipografía Figurativa de la Escuela de New York [9].



Impacto Crea fue una agrupación en la que actuaron diferentes artistas puertorriqueños que tuvieron problemas de drogadicción. Algunos de ellos ingresaron a los llamados Hogares Crea en Puerto Rico (Comunidad de Reeducción de Adictos) (Rigau Perez, 2000) donde recibieron ayuda de rehabilitación. Uno de los alumnos insignes de esta institución fue el cantante y compositor Cheo Feliciano, fallecido en 2015 y quien es citado a menudo como una imagen relevante de la institución.

El tipo de ilustración para la orquesta Impacto Crea (Figura 34), se asemeja al presentado en 1970 por del grupo de música rock Chicago (Figura 33) en su portada del mismo nombre, realizada por el diseñador Nick Fasciano, de quien se exponen varias de sus obras de portadas en el Museo de Arte Moderno de New York.

Figura 35: Tiene Calidad. Conjunto Libre. Diseño de John Detato. Salsoul Records (1978) [9].

Figura 36: With A Touch Of Brass Orquesta Novel. Diseño de Bismarck Victoria. TR Records (1976) [9].

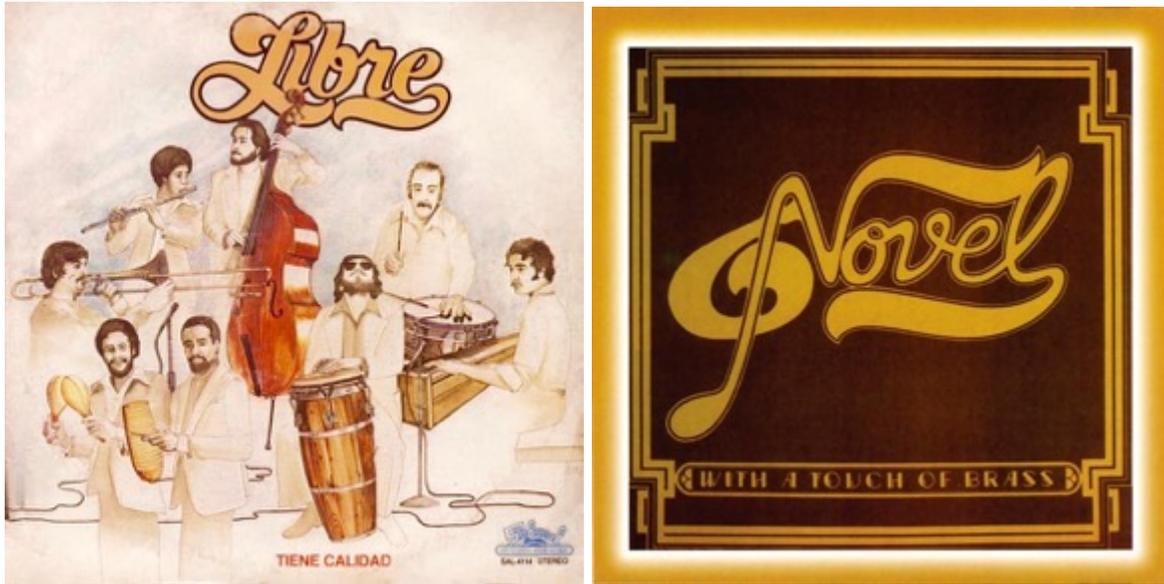


Figura 37: La Crítica. Oscar D'Leon presenta La Crítica. Diseño de Tomás Jiménez. TH Records (1981) [9].

Figura 38: Ralphu Santi y su Conjunto. Diseño por *The Big Red Studio* TR Records (1977) [9].



Figura 39: Latin Connection. Fania All Stars. Fania Records (1981) [9].



Las letras dibujadas a mano, es decir aquellas que más que escritas son dibujadas pero que tienen su origen en la caligrafía, fueron identificadoras en muchos logotipos para orquesta de Salsa (como observamos en las figuras 35 hasta la figura 38), y comenzaron a popularizarse desde finales de los años 60. La portada de *Latin Connection* (Figura 39), diseñada por Ron Levine (1981) causó gran revolución debido a que aparentaba estar escrita con líneas de cocaína, como dispuestas para ser consumidas por un grupo de adictos a las drogas. En este sentido, el movimiento de la Salsa estuvo envuelto en muchas formas con la drogadicción, bien sea porque sus músicos fueron adictos o bien por

negocios. En una entrevista realizada al pianista y compositor y presentada por Jose Arteaga, (2013b) en el programa radial La Hora Faniática, Charlie Palmieri declaró que podía formar perfectamente una *Big Band* imaginaria con músicos salseros adictos a las drogas.

De acuerdo con Yglesias (2005), “las portadas de los álbumes no deben verse como una mercancía de silencio efímero, esclavizado a las demandas de la música que estalla dentro, sino más bien como una ventana a la evolución de una cultura, la identidad y la dinámica interna.” (Yglesias, 2005, p. 8). En este sentido, el autor teoriza sobre el uso de la imagen como documento que relata la historia, sin necesidad de que haya textos que las expliquen; es por esta idea que el análisis de las imágenes en las portadas se presenta como un instrumento apropiado para el diseño.

Como el auge la música Salsa se da originalmente en New York en los años 70, es importante analizar algunas ideas expresadas por artistas que trabajaron en la producción de ilustración, fotografía, tipografía, pintura, escultura, poesía, entre otras actividades y saber cómo ellos en su interacción con el público latino hispanoamericano empezaron a reflejar su idiosincrasia.

En dicho contexto, el primer artista gráfico que da un acercamiento a la cultura de la sociedad latina es Ely Besalel, pintor de origen barranquillero que terminó su educación artística en New York en el *Community College* de Brooklyn y *School of Visual Arts*.

Para Besalel, es más desafiante el arte como solución a problemas de comunicación que los planteados por el arte en sí mismo: “El arte es lo que uno dice, lo que uno expresa. Entiendo que Picasso es muy bueno, muy talentoso, dibujó muchas cosas bonitas; pero lo más desafiante es plantearle un problema a una persona y decirle: ‘Resuélveme esta situación visualmente’”. (Sánchez Coll, 2005a) Por ello, se considera a sí mismo más diseñador que artista, siendo la filosofía impresionista del pintor Toulouse Lautrec la que más le gusta.

Figura 40: Bon Bon de Chocolate!. Lou Pérez. Diseño de Ely Besalel. Ajay Records (1962) [9].



Aunque idealista en sus comienzos, es más práctico en la etapa de trabajo. Trabajo que empezó en *Lance Studios*. El primer trabajo del maestro Ely Besalel, la fotografía del álbum *Bon Bon de Chocolate* (Ajay Records, 1962, que se aprecia en la figura 40), y el arte de la carátula se atribuye a W. E. Duebell (Sánchez Coll, 2005a).

Uno de sus trabajos que refleja la realidad de la sociedad latina en New York, es el álbum *Bustin' Out* (1972) el músico Joe Cuba y sus compañeros fueron fotografiados por Ely en un edificio en desuso con las vestimentas de su diario vivir y no con trajes elegantes. **Fi**

Figura 41: Bustin' Out. Tico Records (1972) [9].



De acuerdo a su propia descripción, Besalel (Sánchez Coll, 2005a) en el momento de tomar las imágenes, pensó en documentar lo que él llama “realismo social”, es decir músicos vestidos con prendas usadas en su cotidianidad y no los smokings lustrosos del “Palladium” (importante discoteca de la época en New York). Joe Cuba se ve con una camiseta con los nombres de “Young Devils” (Figura 41), un equipo de béisbol callejero al que apoyaba, la fotografía está virada en colores sepia “como si se hubiera salvado de un basurero”. La carátula presenta además letras escritas al estilo de grafiti como la había hecho antes Izzy Sanabria en la portada del L.P. “Acid” de Ray Barretto (Figura 42).

De esta manera los diseñadores gráficos intentaban acercar las vivencias de los músicos, a las personas del común y corriente y de la calle.

Figura 42: Acid. Diseño de Izzy Sanabria. Fania Records (1968) [9].



Desde allí se empieza a reconocer a Joe Cuba como un personaje de la Salsa dura y callejera. Comenta Cuba: —” Las balacas y pantalones de bota-campana se usaban. Esa fue la primera vez que posábamos con nuestra ropa de calle para una carátula. Antes soíamos ser todo *flash*, estilo Palladium”—. Joe Cuba fue un buen practicante del béisbol y el basquetbol, pero una fractura a temprana edad le impidió seguir en los deportes y su sueño de jugar en las grandes ligas. Después se hizo músico. (Sánchez Coll, 2005a)

Y es que el deporte es básico en la conformación de la cultura latina en New York; En 2012 el *Discjockey* Bobbito García y el fotógrafo Kevin Couliau realizaron el documental “Doin´it in the Park” (THE FILM | DOIN´ IT IN THE PARK, 2012) en el que cuentan sobre la cultura y el impacto social de la escena del basquetbol, Eddie Palmieri, hizo la música.

Eddie Palmieri es asociado frecuentemente a la música producida en New York y esta es una muestra de qué tan arraigada está la música latina en la vida cultural neoyorquina. Palmieri fue educado en el barrio Bronx y es seguidor del deporte desde niño, reflejando así la firme unión existente entre los ciudadanos latinos con la música y el deporte. El deporte viene a ser, al igual que la música, una puerta de escape a los aconteceres de la cotidianidad. (José Arteaga, 2013a)

Figura 43: **Cocinando la Salsa. Diseño de Ron Levine. Tico Records (1976) [9].**



El *Long Play Cocinando la Salsa* de Joe Cuba (Figura 43) documenta otro lado del líder de la banda, la de anfitrión y cocinero. A Joe Cuba le encantaba cocinar, por eso su carátula: —“Esta imagen me muestra cocinando las cosas buenas de Puerto Rico en ‘La Asia No.1’, un restaurante de fusión cubano-chino en el *West Side* donde solíamos pasar el rato”. Dice Joe Cuba que la comida es cultura, y los percusionistas como Cuba, Barretto y Santamaria cocinan con sus manos, ya sea en la música o el sartén.

Al respecto de la gastronomía y la carátula de Joe Cuba, comenta el fotógrafo y diseñador Ron Levine: —

"Sí, eso era la cocina de Joe, muy sabroso. Supongo que es como un álbum de Salsa, ¿verdad?. Nombre bastante obvio que está capitalizando el término Salsa. "Sofrito", diseñado por Levine para Mongo Santamaría, ¡Es un buen álbum de cocina también! El mismo Mongo hizo la comida en la sartén que se ve en la portada, lo fotografiamos en casa de Jerry (Masucci) ". (Sánchez Coll, 2005a).

Figura 44: Sofrito. Diseño de Lee Marshall. Vaya Records (1976) [9].



Para el diseño de la portada de *Sofrito* (Figura 44), las especias se acomodaron y cortaron de manera especial para que su tamaño y color se desatacaran en la fotografía.

“A pesar de ser disco de jazz, se le dio el nombre de Sofrito que era el tema más latino y, como es de suponer, se ilustró con la foto de un sofrito puertorriqueño. Esto es: cilantro, ají dulce, pimiento verde, pimiento rojo, cebolla cabezona, ajo,

tomates tipo ciruela y limón. La foto la tomó Lee Marshall en un local propiedad de Jerry Masucci, y aunque los trozos de verdura se cortaron muy grandes para que resaltaran en la imagen, quien los cortó fue el propio Mongo, gran amante de la cocina” (José Arteaga, 2013b).

Las cubiertas de la música latina, en su mayoría realizadas alrededor de un objeto diseñado, revelan narrativas opuestas o discordantes que subyacen en lo que representan. Una propuesta de categorización de imágenes en las portadas, se puede deducir en el libro *Cocinando!* (Yglesias, 2005), tal y como se observa en la tabla 5.

Tabla 6: **Categorías que se pueden deducir del libro *Cocinando!*.**

Categorías en libro <i>Cocinando!</i>			
Transnacionalismo	Espiritualidad	Justicia social	Cultura de la juventud
Inmigración	Derechos civiles	Sexualidad y sexismo	Raza y Racismo
... marcadores de identidad como la Gastronomía	Pasatiempos tradicionales	Muerte y Celebraciones	Religión

Las imágenes se elevan a través de la presentación de portadas de discos, en concreto elegidos para inspirar el debate y la reflexión. Yglesias (2005) explica que sumado a estos importantes conceptos socio-culturales también es destacable citar carátulas sólo por su diseño, y sin tomar en cuenta esos códigos, ya que la estética también es captada por el observador casual.

Figura 45: De Panamá a New York. Diseño de Ely Besalel. Alegre Records (1970) [9].



La carátula De Panamá a New York (Figura 45), en la que se ve a Rubén Blades vestido a la usanza *hippie*, con una guitarra en su hombro derecho, pidiendo un aventón a un automóvil *booggie* repleto de personas (los músicos de la orquesta de Pete Rodríguez), refleja una realidad de los inmigrantes recién llegados que buscaban apoyo dentro de la comunidad latina. La fotografía fue tomada por el artista Ely Besalel en el Central Park y es particularmente conceptual por el momento que vivía el propio Blades, quien había llegado a New York en busca de su sueño de ser músico. Este fue el primer álbum que

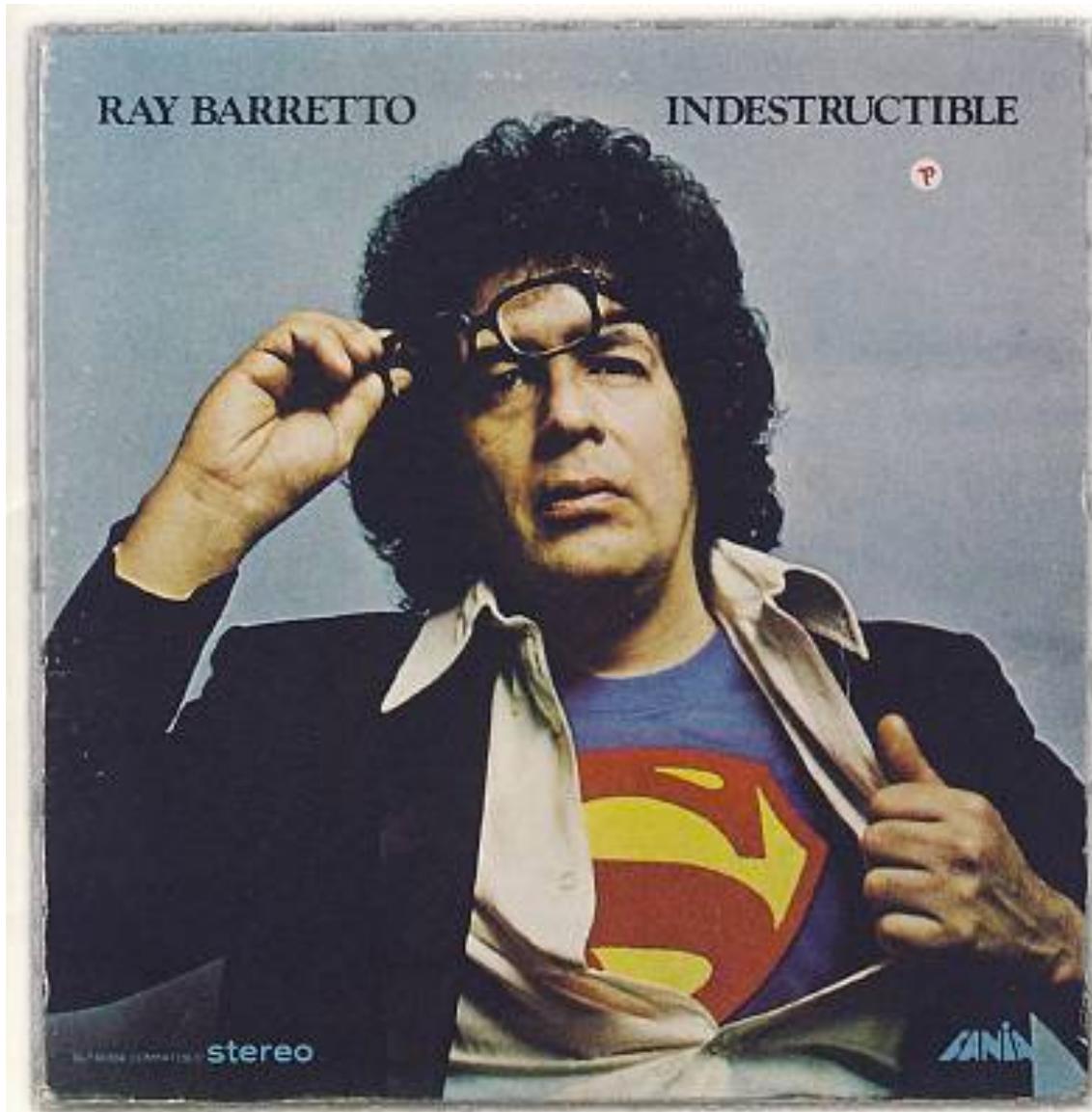
grabó Rubén Blades como cantante en New York (Ya había hecho una grabación en su natal Panamá en 1968, con los “Salvajes del Ritmo” (1968)).

De acuerdo con el pensamiento de Izzy Sanabria, recogido en varias entrevistas revisadas, para los años 40 y 50 muchos de los diseñadores de portadas para música latina eran nacidos en Estados Unidos y trabajaban para los sellos discográficos con la publicidad, promoción e impresión, quienes ocasionalmente mostraron en sus conceptos gráficos una deformada realidad de la cultura latina, llena de clichés, estereotipos y prejuicios como el de amante latino, machista y la aparente vida fácil del latino”. Esa tendencia empezó a cambiar una vez que los diseñadores de origen latino empezaron a trabajar en la producción visual a finales de los años 60 y principios de los 70 cuando las portadas de los discos LP (larga duración) de Música del Caribe, y otros géneros por supuesto, ayudaron a definir junto con la televisión y la radio la identidad y naturaleza de los latinos en New York.

De acuerdo con lo expresado por Sanabria (1974a), él intentó reposicionar con su trabajo gráfico una “Cultura *Nuyorican*” pues sus representaciones trataban de salirse de las ideas que del hispanoparlante se tenían por la época. Ayudaron también a esta nueva configuración pioneros del mercadeo neoyorquino como Gabriel Oller, José Curbelo, Ralph Mercado y Jerry Masucci quienes trabajaron desde dentro de la comunidad latina y apoyaron los artistas gráficos de origen latino, brindándoles proyectos de diseño en sus casas disqueras (Sánchez Coll, 2005b).

Como diseñador distinguido de la Salsa en los años 70 en New York, Sanabria fue el creador de un estilo de portadas latinas, que él mismo define como innovador. Su primera portada fue la que presenta a Johnny Pacheco tocando la flauta y bailando y con ella parte una de las vertientes que ayudaron a definir la cultura *Nuyorican*. Para aquel entonces, los diseños de las portadas de álbumes latinos, eran hechos por creativos norteamericanos que poco o nada tenían que ver con los hispano parlantes o descendientes de latinos en Estados Unidos. Izzy Sanabria mostró en sus carátulas que la comunidad latina gustaba del arte, lo desarrollaba y lo implementaba en su espacio vital, especialmente en las portadas de Ray Barretto.

Figura 46: Indestructible. Ray Barretto. Diseño de Izzy Sanabria. (1973) [9].



En la carátula de *Indestructible* de 1973 (Figura 46), Sanabria, inspirado en los *comics*, muestra a Ray Barretto como un súper héroe, aprovechando la situación particular de que los músicos de la orquesta habían renunciado en “desbandada general”, para conformar por aparte la orquesta *Típica 73*. Al respecto de la portada, Barretto, se sentía tímido y desconfiado, temiendo la burla de la gente, pero una vez que ésta salió al mercado, la gente empezó a preguntarle por ella y a identificarlo como un héroe de la comuni-

dad. Simbolismo que más adelante se muestra en otras portadas, presentándolo magníficamente. (Sanchez Coll, 2005a).

Figura 47: Típica 73. Diseño de Izzy Sanabria. Inca Records (1973) [9].



La agrupación que se conformó a partir de la renuncia de los integrantes de la banda de Ray Barreto se conoció como la Típica 73. Esta agrupación grabó para el sello Inca Records, filial del sello Fania, su primer disco en el año 1973 (Figura 47), de allí su nombre. La portada del disco muestra una silueta del número 73 en la que se contienen las fotografías de los músicos de la orquesta. Propuesta gráfica que demandaba un reto técnico para una época en la que la fotocomposición debía hacerse de manera análoga, es decir

sin la mediación del ordenador, por lo que éstas debían hacerse directamente sobre el papel fotográfico o las películas utilizadas para la impresión. La fotografía la realizó Bobby Schneider y el diseño fue de Izzy Sanabria.

Figura 48: Sonora Ponceña. Diseño de Ron Levine. Sello Inca (1972) [9].



El diseño de carátulas de Ron Levine en los años 70, como el apreciado en la figura 48, fue descrito por Pablo Yglesias como “La Salsa Fantasía” (Yglesias et al., 2013). Su propósito era competir con las creaciones de la pudiente industria americana. En la mayoría de ilustraciones con el estilo gráfico que Levine creó para la orquesta La Sonora Ponce-

ña, se destaca un riguroso nivel de trabajo ilustrativo, así como tipográfico. El recurso gráfico de estas portadas se convirtió en un sello que identificó a la agrupación, y son casi de uso exclusivo por la Sonora Ponceña, aunque, tal y como se había anotado antes, ya se había utilizado la estrategia de vestimentas a la manera de conquistador español para otras agrupaciones.

Para finalizar este análisis sobre el diseño, es necesario preguntarse por el lugar que tiene el diseño de portadas de la Salsa que los años 70 en New York, ya que resulta evidente que es un campo posible desde el que se pueden comprender las prácticas culturales que definen a la latinidad desde esa época.

En una entrevista al diseñador Jorge Vargas (Sanchez Coll, 2005b), se hace mención al artista gráfico Steven Quintana, de origen cubano, quien había realizado muchos trabajos de portadas y carteles para artistas que no grababan en el sello Fania, como Machito, y Roberto Torres. De acuerdo con lo expresado por Vargas, quien trabaja para Quintana, éste lo contactó para hacer un trabajo para la contraportada de un disco de Roberto Torres (Es posible que el disco al que se refiere Vargas, sea “El Castigador”, donde aparece el tema El Caminante, que fue un éxito en toda Latino América, como él lo referencia en la entrevista citada. Jorge Vargas no dice el nombre del álbum.), tema que finalmente terminó en fricciones entre Quintana y Sanabria:

“Me da la impresión que ese álbum generó una fricción entre Izzy y Quintana; Izzy se enteró de que yo había trabajado en ese disco y me lanzó algunos improperios:. Entonces Steven del otro lado decía en su acento cubano: este como que se cree que va a acaparar el mercado, eso no es así, porque yo también estoy aquí”.

Continúa diciendo Vargas:

“Era como la *Fania* y *La Puerto Rico All Stars* aquí, o la *SAR* con Fania. Era como la guerra entre dos grandes artistas, las dos agencias más grandes donde la gente iba a sugerir sus grandes proyectos.

Debo hacer una mención. En la historia de esta música no se debe olvidar el nombre de Steven Quintana, él fue un verdadero artista que también aportó. Hay muchas carátulas que él diseñó, en efecto, para Machito — casi todas —, para Celia Cruz, para el sello SAR, para orquestas de corte cubano. Vas a encontrar muchas.

Yo quiero hacerle una mención; además me ayudó y me orientó en el arte, al igual que Izzy Sanabria. Yo era un “chamaquito” de 23 años; fueron talleres donde realmente me hice. No fue en la escuela, lo aprendí en los talleres sudando, con los artistas donde había que hacerles una pieza de arte para dos horas. Tenía que estar lista para la tipografía con los colores y los títulos, con las ilustraciones, etc.” (Jorge Vargas, en entrevista de Sanchez Coll, (2005b).

De acuerdo con el anterior relato, es importante mencionar que la fama de los diseñadores que trabajaron con el sello Fania, fue acorde al monopolio que tuvo esa casa disquera en el mercado de la industria cultural de la salsa a partir de los años 70, Y por esta razón, la mayoría de información que se encuentra sobre el diseño de portadas, proviene de esa fuente.

Se ha formado un tiqui tqui
con la palabrita Salsa,
porque dicen los cubanos:
Que si es rumba, que si es cha-chá,
que si es mambo, o es pachanga,
que si es son o guaguancó,
o la sabrosa guaracha
y por esa voto yo.

Que se acabe el tiqui, tiqui,
que no haya más discusión,
que la Salsa está de moda
y eso es lo que importa hoy.

La solución de Salsa (T.T. Soto, 1976)

10. Diseño Gráfico en el *ghetto* del Barrio

Figura 49: Ghetto Brothers en un afiche promocional. (Truth and soul records, 1972). En este cartel se ve la influencia notoria del diseñador español Víctor Moscoso, quien trabajó en estados Unidos para los años 60 y 70 [10].



Ghetto Brothers era una pandilla a la vez que grupo musical, creado en la ciudad de New York a finales de la década de los años 60 (Figura 49). La banda se extendió a gran parte del noreste de Estados Unidos al igual que los “Young Lord” (movimiento nacionalista puertorriqueño creado en New York), que estaban involucrados con el nacionalismo de Puerto Rico una asociación del naciente Partido Socialista de Puerto Rico.(Sullivan, 2012).

Benji Meléndez, quien era su guitarrista y hermano de Víctor, y cofundador de la banda, fue asesinado en 1971 al tratar de evitar una pelea entre pandillas rivales. Los *Ghetto Brothers* nunca buscaron una venganza hacia los responsables de esta muerte, a pesar de que con anterioridad habían sido conocidos como hombres peligrosos y vengativos. (Red Bull Music Academy., n.d.). Esta banda también se reconoció como una de las que trataba muy bien a las mujeres, en contraste con otras pandillas, para las que la mujer representaba una posesión sexual (Sullivan, 2012).

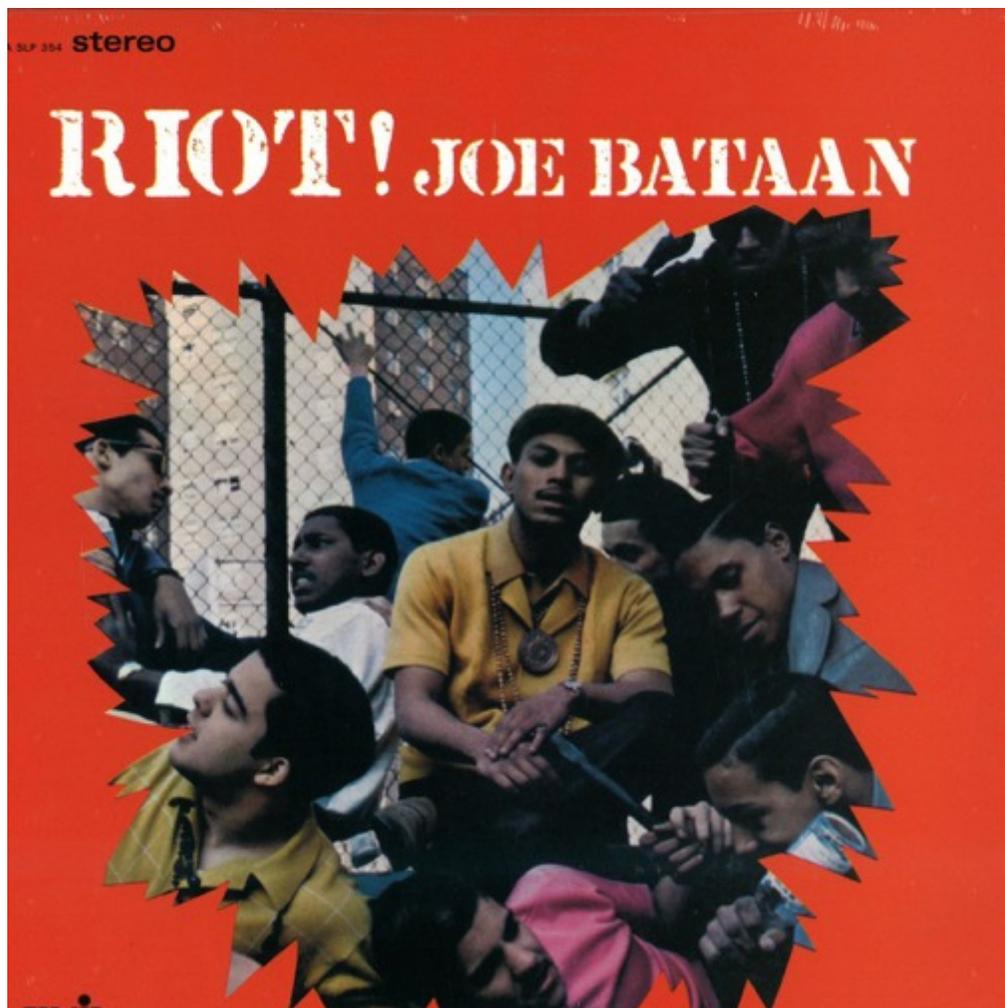
Figura 50: Ghetto Brother, Power-Fuerza Salsa Records (1972) [10]



Aunque esta banda musical no era ejecutora de un estilo salsero propiamente dicho, pues mezclaban guitarras eléctricas al estilo del rock latino, sus grabaciones salieron bajo el sello Salsa Records. Destacándose el álbum llamado Power Fuerza - Ghetto Brothers. A menudo las portadas de la Salsa presentan titulares en idioma inglés y español en un intento por llegar a las nuevas generaciones de jóvenes nacidos de familias inmigrantes, pero que ya tenían el idioma inglés como lengua nativa (Figura 50). La portada muestra a los integrantes de la banda vestidos con sus trajes callejeros, al estilo de pandilla, con puñales y armas visibles, tal y como se presentaban en sus conciertos.

Ghetto Brothers, es la manifestación juvenil de los inmigrantes que por estar inmersos en un ambiente hostil y violento, quisieron cambiar sus vidas, pero sin poder desprenderse totalmente de su idiosincrasia y entornos que los rodeaban.

Figura 51: Riot. Joe Bataan. Diseño de Leon Gast e Izzy Sanabria. Fania Records (1968) [10].



Otra manifestación de una banda de músicos, representando una pandilla del Barrio, es la de una portada que presenta a muchachos en actitud hostil, exhibiendo armas en actitud de pelea. El fondo de color rojo enmarca a los integrantes de la agrupación de Joe Bataan y lleva el Título *RIOT!* (Motín o disturbio, en español) (Figura 51). Para el entrevistador Israel Sánchez Col es la más violenta de las portadas, incluso por encima de aquella que muestra a Willie Colon con el cadáver en el río Hudson:

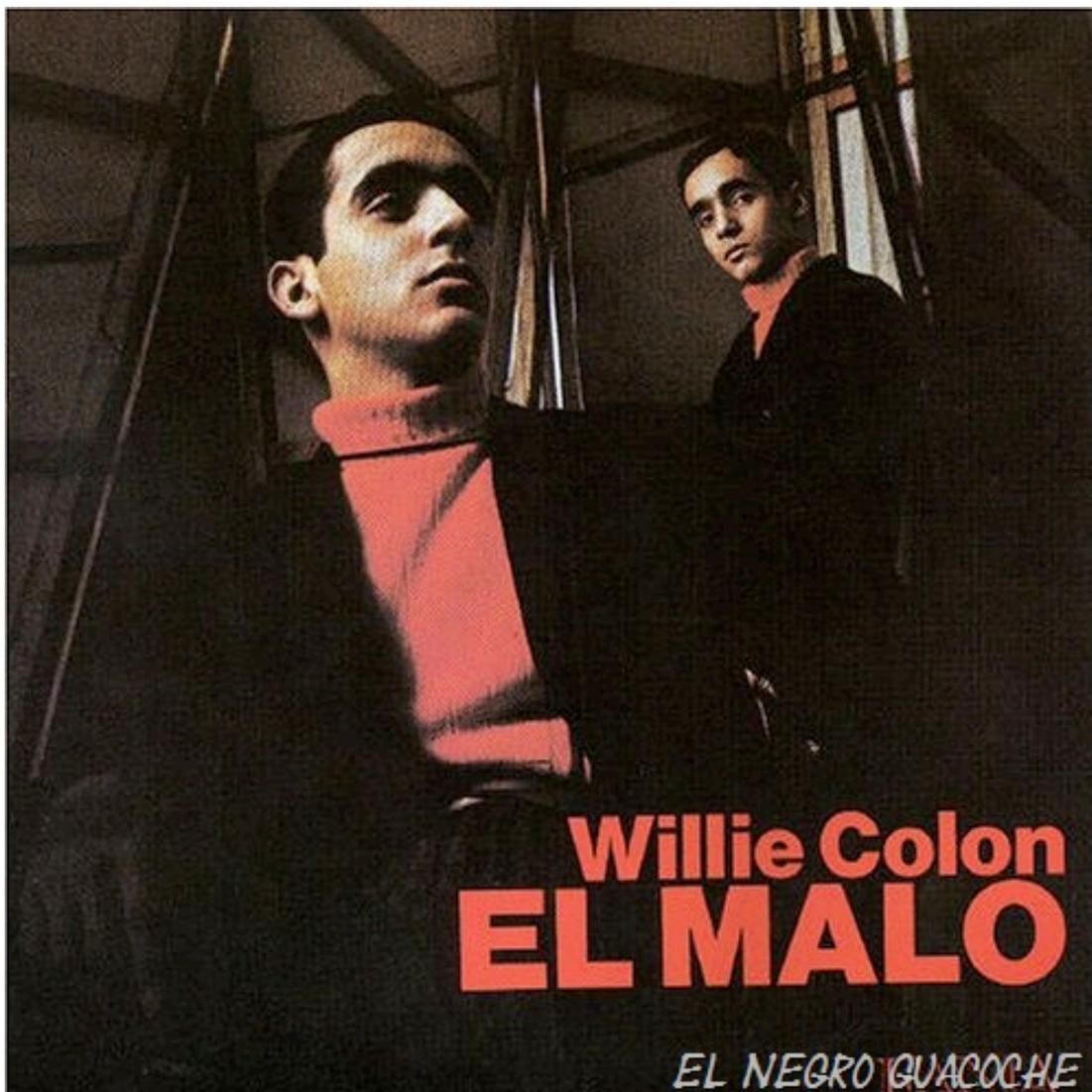
“Una de las ilustraciones que se considera violenta o la más violenta en nuestra música es Riot, de Joe Bataan — casualmente para el *boogaloo*. Allí se muestra una pelea de pandillas, con armas letales y peligrosas: navajas y cadenas. Sin embargo otras personas opinan que es el álbum Cosa Nuestra de Willie Colon — donde él aparece vestido de mafioso, e intenta tirar a una persona envuelta en una alfombra, dentro del río del Bronx. Pero a mi parecer, es una carátula copiada del cine gansteril — no se percibe que es real. La que usted le diseñó a Bataan es más natural, presenta la verdadera imagen de violencia que vivía el Barrio o en el condado del Bronx. Usted usó gráficamente el lenguaje de la calle, y se apoyó en él, para presentar las escenas cotidianas de la vida al interior de las pandillas.” (Sanchez Coll, 2005a)

Otra muestra de hechos delictivos de latinos en New York, es constituida por el libro "Corre Nicky, corre" que relata la vida de Nicky Cruz, un miembro de la pandilla Los Mau-Maus, quien se convirtió al cristianismo y luego se presentó como un reconocido ministro evangélico. (Aranzazu, 2016). Con respecto a este acontecimiento, en 1970 se editó una película sobre la vida de Nicky Cruz titulada *La Cruz y el Puñal* la cual incluye a Pat Boone como el reverendo David Wilkerson y Erik Estrada como Nicky Cruz. En febrero de 2000, un especial de televisión en Estados Unidos sobre Nicky Cruz fue titulado "Corre Nicky, Corre". (Aranzazu, 2016). Los latinos en Estados Unidos, han ido impactando en la sociedad norteamericana cada vez más, y es por ello que los medios han centrado su atención en ellos.

Otro personaje importante de la escena salsa de New York, es "El Malo del Barrio", denominación con la que se conoce a Willie Colon. Colon fue un artista muy importante en la expansión del sello Fania, desde su creación en 1964. Sus carátulas representan un capítulo especial en la música que en muchas ocasiones lo representó visualmente como

el “chico malo del Barrio”. Ramos Gandía (2014) expresa que “su temática exploró las vivencias del barrio: la desesperanza en el amor, la violencia en los callejones de guapos, los infortunios del azar, la nostalgia por la vida sencilla del campo y la festividad navideña”. Esta imaginaria empezó desde los años 60, en la época del *boogaloo*, la que se constituyó en una corriente musical que, aunque efímera, fue importante en la influencia musical y gráfica por las portadas que legó. De acuerdo con Tablante (2001) el *boogaloo* logró afirmar el valor de la estética sonora afro-latina como forma de representación del modo de vida del barrio.

Figura 52: Willie Colon, El Malo. Diseño de Izzy Sanabria. Fania Records (1968) [10].



Desde su primer álbum, *El Malo* (1967) (Figura 52), hasta el *Baquiné de Angelitos Negros* (1977), casi que podría recrearse una historia al recorrer las temáticas expuestas.

“Las situaciones sociales del barrio, conllevaban a los latinos a presentar, a veces, su identidad visual a partir de rasgos étnicos, de la categoría de mercancías que la sociedad de consumo ofrece y de símbolos de ostentación, en realidad, como delatores de marginalidad: un vehículo vistoso o una gruesa cadena de oro, etc.” (Tablante, 2001).

Figura 53: Willie Colon The Hustler. Diseño de Izzy Sanabria y Marty Topp. Fania Records (1968) [10].



Muestra de esta ostentación es la portada de 1968, *The Hustler*, como se ve en la figura 53 (que podría traducirse como “El Buscavidas”), donde el fotógrafo Marty Topp retrata una puesta en escena de una banda de mafiosos en la que se ve a Willie Colon fumando tabaco y con un taco de billar en sus manos, al estilo de un jefe de la mafia italiana (“La Cosa Nostra”). Tablante (2001, p.67) opina que el delincuente latino absorbe la estética cinematográfica del mafioso italiano de principios de los 70, como lo demuestra esta representación de Willie Colon en *The Hustler* (figura 49). La tipografía usada en el titular, *Western*, evoca también los antiguos carteles de búsqueda de maleantes del viejo oeste, reforzando la idea del “chico malo” que, a lo mejor está siendo buscado por la ley.

En la imagen de esta portada se observa a *la banda* (orquesta) que juega billar bajo la iluminación cenital, como en una representación del cine. Willie Colon vestía desde muy joven con ropa estilo gánster. Con un tabaco en la boca, como en las películas de mafia de la época, Colon luce ropa de sastre. *The Hustler* (El buscavida) es también el título de una película de 1961 de Robert Rossen, proveniente de la adaptación de la novela homónima de Walter Tevis, que contó con los actores Paul Newman como Eddie Felson, Jackie Gleason como el Gordo de Minnesota, Piper Laurie y George C. Scott. En el documental de *Latin Music USA* de McCabe (2009), Colon expresó que retomó esta escenificación para su carátula.

Figura 54: Guisando. Doing the job. Willie Colon. Fania Records (1969) [10].



En 1969, el artista Walter Vélez diseñó la portada de *Guisando doing a job*, con la fotografía de Marty Topp (Figura 54), en la que se insinúa que los personajes, Héctor Lavoe y Willie Colon, acaban de abrir una caja fuerte repleta de dinero. Sobre la caja de seguridad reposa una maleta con herramientas de trabajo y una linterna, mientras Lavoe está en ademán de contar un fajo de dinero, Colon sostiene una pistola en su mano derecha. En el texto de Tablante (2001) “De la Salsa del barrio a la de la industria multinacional del disco,” se hace referencia, en varios apartados, al estilo de vida producto de la delincuencia del *ghetto* del Barrio, sus expresiones corporales, los símbolos de la vestimenta y trabajos del bajo mundo como el representado en ‘Guisando’.

La carátula presenta una tipografía tipo *Western*, la cual se caracteriza por sus trazos fuertes y terminaciones egipcias muy pronunciadas, tanto en la parte superior como en la inferior. Esta vez, los titulares están deformados en una onda, al estilo de las tipografías Figurativas que diseñaba Peter Max, de quien se podría decir que influenció con su estilo colorido y formas orgánicas de la sicodelia, los trabajos visuales de los años 60 y 70 (Gorce, 2013).

Figura 55: Cosa Nuestra. Diseño de Izzy Sanabria y Henry Wolfe. Fania Records.(1969) [10].



Frecuentemente se pueden inferir influencias gráficas de Peter Max en varios trabajos de carátulas de la Salsa. De acuerdo con Genet (2016), junto a otros artistas icónicos ameri-

canos como Walt Disney y Bob Dylan, "Peter Max se extiende por todos los grupos demográficos y nacionalidades durante varias generaciones". (Genet, 2016). En el sitio web oficial de Peter Max se explica cómo ha influenciado a otros artistas estadounidenses durante cuatro décadas. Peter Max ha expuesto en varios museos como el Nassau County Museum of Art de New York, donde expone diferentes obras de Diseño Gráfico como piezas de arte moderno.(Gorce, 2013), además del Museo MoMa de New York.

El disco 'Cosa Nuestra' (1970) (Figura 55), muestra una imagen trágica: un asesinato. Hecho que para el autor Ramos Gandía (2014) es una revelación gráfica sin precedentes en las carátulas. Al respecto de esta imagen, comenta Willie Colon (2015) en su sitio web en *Linkedin*: "La fotografía de la portada, original de Henri Wolfe, recrea una escena del crimen típico de la mafia y el bajo mundo: un asesinato que no debe dejar rastros o huellas digitales porque el cuerpo de la víctima sería desechado en el río Hudson con una enorme roca atada a sus pies". En la imagen se ve el entorno neoyorquino de los puentes Brooklyn y Manhattan. Esta imagen, para continuar con la historia propuesta anteriormente, es la del gánster que quizá acaba de asesinar a un socio, la posición de su mano con el sombrero en el pecho en un gesto de reverencia hacia la persona que yace tendida.

Así que en la actuación para la fotografía realizada por Henry Wolfe, Colon tiene la actitud de estar "presentando respetos" a un cadáver, como si de una película de *gagsters* se tratara. La actitud podría ser propia de un código de honor de la "*Cosa Nostra*", la sociedad secreta criminal siciliana desarrollada a mediados del siglo XIX en Italia. "*Cosa Nostra*" es el denominador de la mafia en EE. UU. Los latinos apoyaron esta denominación para referirse a las mafias latinas en dicho país. Se grabó una película musical por Leon Gast denominada también, "Nuestra Cosa Latina". (John Dickie, 2004)

Leopoldo Tablante, en su tesis doctoral "*De la Salsa de barrio a la de la industria multinacional del disco*", narra en detalle acontecimientos propios de la supervivencia de los latinos en New York y la influencia de negocios del bajo mundo en la industria musical. (Tablante, 2001)

Tabla 6 : Categorías relacionadas a la actividad delincuencia [10]

Categorías de imágenes del <i>Ghetto</i> de Barrio

Pandilla	Violencia	Delincuencia	Drogas
Mafia	Gánster	Muerte	Asesinato
Pelea	Malandro	Desafío	Desaparición

Willie Colon había adoptado una imagen de maleante como estrategia de imagen para destacarse en la comunidad latina. Era tal la credibilidad que generó en este ámbito, que efectivamente se creía que era un auténtico gánster. Esto lo expresa en el documental *Música Latina USA* (McCabe, 2009). Como lo narra el poeta y dramaturgo de origen puertorriqueño Felipe Luciano, muy influyente en la cultura *Nuyorican* del auge de la Salsa, las películas *SuperFly* y *Shaft*, por separado, influenciaron el comportamiento y la manera de ver las comunidades menos favorecidas de la ciudad (McCabe, 2009). El cine, pues, servía como marco de referencia para los comportamientos de los inmigrantes latinos, referentes que a menudo eran mostrados en los diseños de portadas de discos.

Para el año de 1972 Felipe Luciano gustaba de la música de Eddie Palmieri. Luciano era un poeta de enérgica voz y que representaba una rebeldía social. Luciano no había tenido una vida fácil ya que siendo adolescente estuvo implicado en peleas de pandilla de Brooklyn (como los *Mau Mau*, los *Bishops* y los *Phantom Lords*), (Jose Arteaga, 2013a). Después de salir de prisión se convirtió en miembro de los “*Original Last Poet*”. Sus textos muy politizados lo llevaron a afiliarse al *Young Lord*, una organización comunitaria afro americana que abrió con Luciano un capítulo en New York. En el concierto de Eddie Palmieri del *Sing Sing*, una cárcel neoyorquina, leyó sus poemas que expresaban ideas en contra de la guerra en Vietnam, los cuales propendían por un Puerto Rico libre y defendían el *Black Power* así como los derechos de las minorías.(Jose Arteaga, 2013a)

Tablante (2001) cita a Michel Fabre con respecto a este punto:

“Es necesario recordar que, tanto como los campeones deportivos o algunos hombres políticos, es el espectáculo y la música los que han dado al barrio, como al gueto, su visibilidad cultural. Los ‘salseros’, músicos de la salsa afrocubana (sic) han sucedido un poco al reggae jamaicano en los aires de moda. Tito Puente, Eddie Palmieri, Ray Barreto han representado para el ‘poder puertorriqueño’ algo semejante a lo que músicos del free jazz como John Coltrane y Archie Shepp o el cantante James Brown aportaban al movimiento del Black Power” (Tablante (2001, p. 156)

La película *Shaft* (1971) dirigida por Gordon Parks y producida por Metro-Goldwyn-Mayer se considera como uno de los hitos representativos del género de cine "*Blaxploitation*" (Lawrence, 2008b). *Blaxploitation* es un subgénero de películas de explotación que emergió en los Estados Unidos en los años 70. Estas películas fueron específicamente hechas para un ambiente urbano y audiencias afroamericanas, pero se hizo pronto atractivo para agrupaciones étnicas y raciales como las latinoamericanas, etnias que convivían en los barrios o guetos neoyorquinos. El término sale de acuñar la palabra negro y explotación (en idioma inglés originalmente), realizado por Junius Griffin, un cineasta y publicista de Los Angeles *National Association for the Advancement of Colored People* (Lawrence, 2008a)

Figura 56: Poster FBI (1975) [10].

Figura 57: The big break – La gran fuga. Diseño de Izzy Sanabria. Fania Records (1971) [10].



La carátula de Willie Colon '*Wanted by FBI, The big break – La gran fuga*' (1970) (Figura 57) , presenta un arte en una tinta, en negro sobre papel blanco, tal y como se imprimían los carteles oficiales del FBI (Figura 56) para la búsqueda de sindicados dados a la fuga. Izzy Sanabria (1974), diseñador de la carátula, expresa que esta representación "humorística" de Colon buscado por el FBI, fue muy controvertida por el uso de un instrumento legal, en pos de una táctica de venta. La carátula de Sanabria es una de sus producciones menos costosas. Explica en una de sus entrevistas, que arrancó un poster real, en una oficina de correos, de una de las personas buscadas por el FBI, le removió las fotos

del delincuente e implantó las de Willie Colon. Las huellas digitales son las reales de la persona buscada. (Sánchez Coll, 2005b).

Explica Sanabria (1974b) que:

“El álbum llamó la atención del FBI en Puerto Rico porque las personas que no eran capaces de leer inglés o que no entendieron su humor, informaban al FBI que Willie estaba en la ciudad. Luego investigaron todo alrededor del disco en las tiendas. Entonces Fania Records fue visitada en sus oficinas de New York y el FBI les informó que estaba en contra de la ley imprimir cualquier símil de un cartel del FBI que, en cualquier caso, daba la impresión de que era un documento oficial del FBI. El FBI pidió que la sigla FBI fuera retirada en futuras impresiones de la carátula. Los álbumes originales se convirtieron en objetos de colección automáticamente.”

Para Ernesto Lechner (n.d.), musicólogo y escritor de varias notas para álbumes de la Salsa publicados por el sello Fania, este álbum “cristaliza la estética Colon/Lavoe que el dúo había estado desarrollando en los álbumes anteriores”, reforzando el arquetipo de gánster o malo insinuado en sus anteriores portadas. Los carteles de búsqueda del FBI fueron muy utilizados en la década del 70, y en ellos aparecieron varios líderes del denominado grupo Panteras Negras, una asociación de personas de raza negra que buscaba vigilar las actividades policiales.

Las siguientes portadas de Willie Colon, en los años 70, siguieron representando su imagen de hombre “malandro” con fotografías e ilustraciones mostrándolo en un asalto a un apartamento (*Asalto Navideño*, 1970 y *Asalto navideño vol II*, 1973); vestimentas al estilo mafioso (*Crime pays*, 1972); un juicio (*El juicio*, 1972), carátula donde se muestra un dibujo de Aggie Whelan, artista del Departamento de Justicia de Washington, que dibujaba los acontecimientos de los juzgados ante la imposibilidad legal de tomar fotografías en un juicio (Ramos Gandía, 2014). También se presenta en una imagen en la que encañona con un arma a su víctima (*Lo mato*, 1973). En 1975 se lanza el disco ‘*The good, the bad, the Ugly*’ (*El bueno, el malo y el feo*), con una carátula que evocaba la película de Sergio Leone, de 1966, con el mismo nombre, reforzando así los vínculos con el cine.

En conclusión, la representación de las vivencias del *ghetto* latino del Barrio, a través de las carátulas de Willie Colon, reforzaron una simbología y significados que pueden ser

objeto de análisis semióticos más profundos, a través de los diseños Gráficos sobre costumbres y actividades (a veces delincuenciales) adquiridas en 'El Barrio', que podrían ser mejor comprendidos con el estudio de las imágenes del contraste social latino de New York, representadas en las carátulas de la Salsa.

En este capítulo se pudo apreciar cómo el Diseño Gráfico de las portadas aportó la introducción de una identidad de marca de algunos artistas, explotando las vivencias del diario vivir de sus audiencias, creando así una aproximación que posibilitó que los compradores de discos, sintieran que sus ídolos eran personas como ellos en algunos casos y en los que no, un grado de recordación.

La Salsa es como un folclore urbano internacional.

Rubén Blades

11. Categorías de Diseño Gráfico en las carátulas

Consecuentemente con el desarrollo metodológico del presente trabajo, se pudo categorizar el Diseño Gráfico de carátulas de Salsa en grupos principales. Aunque fue posible encontrar categorías propias del diseño como color, fotografía, ilustración, arte, fotografía, tipografía, estas se usaron como referencia y organización del trabajo y no como las categorías principales, que se utilizaron para encontrar un orden y jerarquía en las descripciones y poder enunciar otras agrupaciones que las contienen y que se describen a continuación.

Para ayudar con el análisis, las descripciones, las categorizaciones, la recopilación de imágenes y ayudas hipertextuales relacionadas con las portadas de la Salsa, —como lo son videos, documentales, entrevistas en medios especializados y anotaciones hechas por el autor de este trabajo escrito—, se diseñó una herramienta informática con base en Internet. Este apoyo metodológico permitió hacer anotaciones y análisis a la vez que se construyó el marco conceptual y teórico. En el sitio web www.salsajazz.com/portadas (Aranzazu, 2016) se pueden encontrar ampliaciones a la información encontrada en esta tesis, como lo son referencias a otras bases de datos e información ampliada que en su momento se decidió no incluir en este texto.

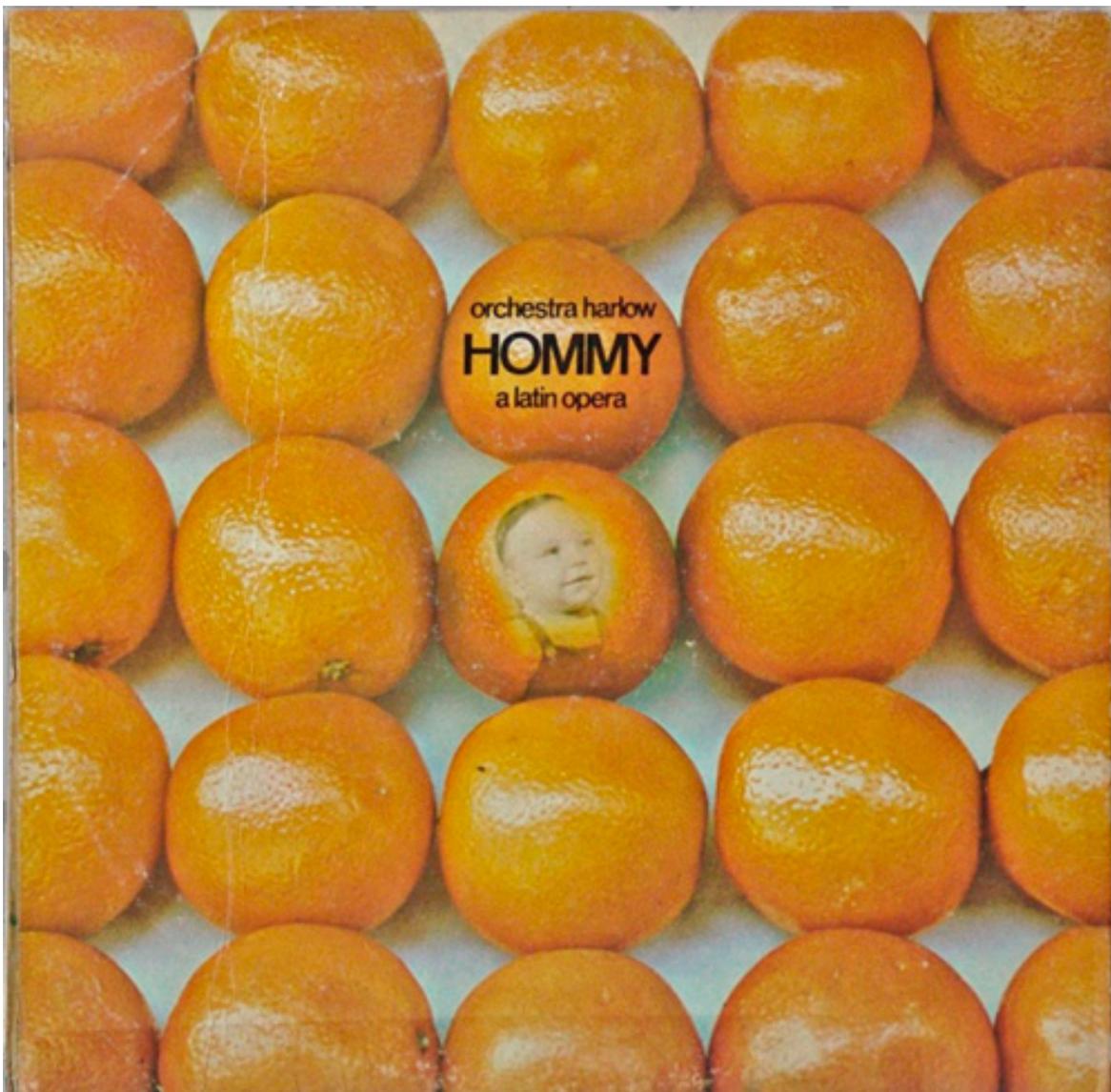
Es por lo anterior que esta herramienta que se constituyó en pieza importante de esta aproximación al diseño de portadas de la Salsa de los años 70, ya que constantemente hubo que remitirse al sitio web para ver descripciones hechas, imágenes, fechas, asociaciones entre categorías y diferentes ordenaciones de las portadas seleccionadas y ayudó también a la construcción del corpus de la tesis y sus modos de análisis.

11.1 Apropiación

El término Apropiación, en este documento, se asume como las características del diseño o conceptos examinados en las portadas, los cuales fueron tomados de otras ramas del saber o la cultura, tales como las artes plásticas, el cine, la literatura, la política, la historia, la maternidad, la familia, la mujer, etc. El cine, para citar un ejemplo, marcó una importante notoriedad en la producción de portadas de Willie Colon, que sirvió para dar una “imagen de marca” de malandro. También se pudo observar la apropiación de con-

ceptos del género musical del rock en cuanto al diseño de tipografía, como es el caso del diseño del logotipos del grupo de Rock Chicago y concepciones de producción musical, como el la Ópera Rock *Tommy* llevado a la Salsa a través de *Hommy, la Ópera latina*. Entre los diseñadores más influyentes en el diseño de New York de los años 70, y directa o indirectamente en las carátulas de la Salsa, de carátulas de la Salsa, están Peter Max, Roger Dean, Push Pin Studio, Herb Lubalin, Milton Glaser, Víctor Moscoso, Seymour Chwast y Rodney Mathews entre otros.

Figura 58: Hommy a Latin Opera. Larry Harlow. Diseño de Izzy Sanabria y Walter Vélez. Fania Records (1973) [11].



Celia Cruz interpretó la canción *Gracia Divina*, que se constituyó en uno de los temas centrales de la producción musical:

-Y si es verdad que tu oyes, ven y toca el tambor Hommy

Hommy Hommy... gracia divina

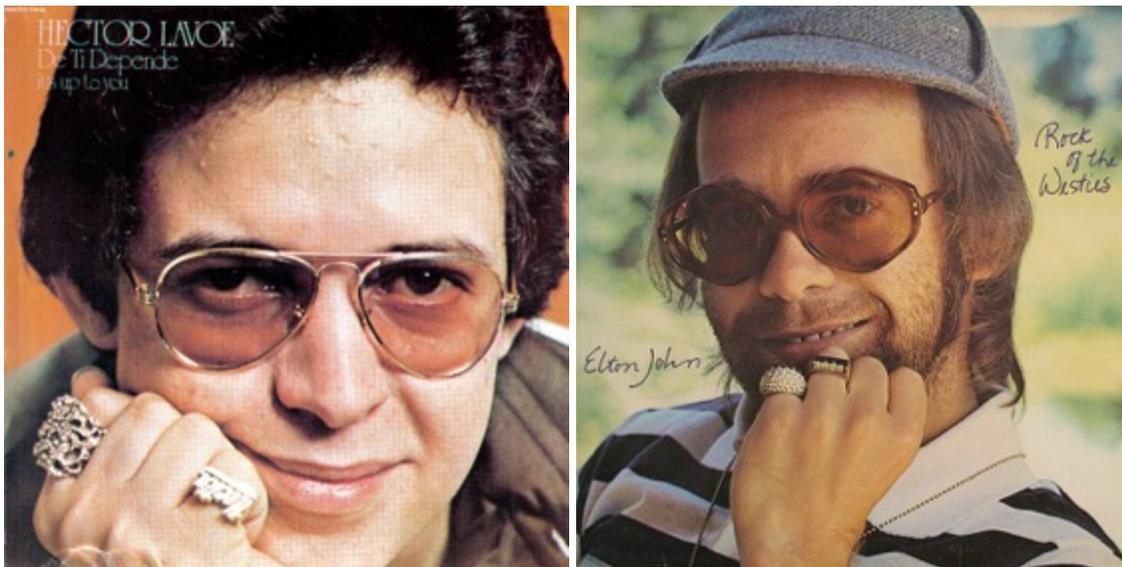
-Porque yo quise abrazarte... ¡que yo te adoro Hommy!

Hommy Hommy... ¡Gracia Divina!" (Heny Álvarez, 1973)

La ópera finaliza con un cántico a las fuerzas espirituales para la resolución de los problemas en el planeta tierra, ruegos para terminar la guerra en Vietnam a través de la *Gracia Divina* (Moreno Velázquez, 1973).

Figura 60: De ti depende. Héctor Lavoe. Diseño de Lee Marshall. Fania Records (1976) [11].

Figura 61: Rock of the Westies. Elton John. DJM Records (1975). Diseño de David Larkham [11].



Otro caso que posiblemente infiere una apropiación, es el de la carátula de Héctor Lavoe, *De ti depende* (Figura 60), sin que ello signifique necesariamente un plagio de otra portada, como la de Elton John mostrada en la figura 61, *Rock of the Westies*, puesto que, en materia fotográfica, pueden existir poses estandarizadas y que son usadas indistintamente por diferentes fotógrafos. Sin embargo, son notorias las similitudes de las dos imágenes: los dos anillos en la mano sobre la que se apoya la barbilla de la persona retratada, las gafas, poses de los rostros, así como la sonrisa. hacen posible relacionar una inspira-

ción de Lee Marshall, diseñador de esta carátula de Lavoe, en una de aparición anterior de Elton John. Cabe anotar que el disco *Rock of the Westies* ocupó los primeros lugares en las listas de la revista *Billboard* en los índices de popularidad radial en New York, en noviembre de 1975 (Billboard, 1975).

11.2 Identidad

En un principio hubo una preocupación sobre si las portadas de la salsa representaban una cultura. Pero con el avance de la construcción del marco teórico y conceptual de este trabajo escrito, se pudo establecer que el abordaje del concepto de identidad es muy difícil debido a la cantidad y diversidad de acercamientos a esta temática.

Con relación a lo anteriormente expuesto y de acuerdo con el historiador colombiano Jorge Orlando Melo (2006): “El optimismo académico populariza conceptos pegajosos que nadie sabe definir con precisión y que luego tienen consecuencias considerables. Por ejemplo, el muy ajetreado concepto de identidad.”

Las definiciones de identidad tienen muchas variables: identidad local, identidad de género, etc. y al definir las se les quita fuerza planteándolas como abiertas, contradictorias o variadas (Melo, 2006). Es por esta razón que hablar de identidad en las portadas de la salsa es un tema complejo, si bien se podría decir que todas ellas revelan aspectos significativos relacionados con este concepto, ya sea porque quieren promocionar a una artista o porque en esa búsqueda se articulan signos y mensajes sobre los cuales este estudio logra consolidar un corpus significativo.

Si la identidad se define como el conjunto de rasgos propios de una comunidad y a la conjunción de las facetas que caracterizan a las colectividades frente a los demás, en el caso de las representaciones que identifican a la cultura latina, visualizadas en las portadas de la Salsa de los años 70, se ven reflejados modos de vida, apropiaciones de simbologías externas, religiosidad, sexualidad, giros idiomáticos, preservación de costumbres, delincuencia, modos de vestir, así como influencias de factores externos a formas de pensamiento considerados como propios de otras culturas, la búsqueda de los rasgos de identidad en la cultura latina fueron reforzados por la construcción de una simbología latinoamericana.

Figura 62: Super Salsa Singers. Diseño de Ron Levine y Jorge Vargas. Fania Records (1977) [11].



En la búsqueda de identidad confluyen factores como en el de comparar a los “Super Cantantes de la Salsa” (Super Salsa Singers, como se observa en la figura 62) con los superhéroes de las tiras cómicas. Ya en 1968, José Fajardo y su charanga había grabado el tema *Batman’s Boogaloo* en el disco *Fajardo’s Boogaloo*, y en 1969, Willie Rosario hizo lo propio con el tema *Superman*, en la larga duración *El bravo de siempre*. Sin embargo, estas aproximaciones al cómic solo se hicieron desde las letras de las canciones,

pero no se representaron visualmente. En 1973, Ray Barretto apareció en una portada personificando al superhéroe *Superman*, como una estrategia de posicionar al artista como *Indestructible* (Ver la figura 42). También se presentó a *Popeye el marino* en una portada de Adalberto Santiago de 1978 donde se fortalece el símbolo de la fuerza como mensaje. La ilustración y la tipografía son del diseñador Jorge Vargas, quien elaboró el trabajo en la técnica de plumilla y separación de colores mecánica para finalizar la idea inicial de Izzy Sanabria. De acuerdo con Vargas, en la entrevista de Sanchez Coll, (2005b), de este proyecto gráfico surgió la idea de *Super Salsa Singers* (figura 57), Jorge Vargas apunta que:

“El primer concepto no le gustó al cliente, porque no se parecían, tuve que rehacerlo de nuevo, pero finalmente salió. Después de estas dos experiencias dejé de hacer las carátulas en el arte de los “comic”. Entonces viene el ilustrador Lee Marshall que estaba en Fania, y saca los volúmenes 2 y 3 pero con otra técnica. Nunca pudo lograr el “comic” original que se alcanzó en el volumen 1.” (Sanchez Coll, 2005b)

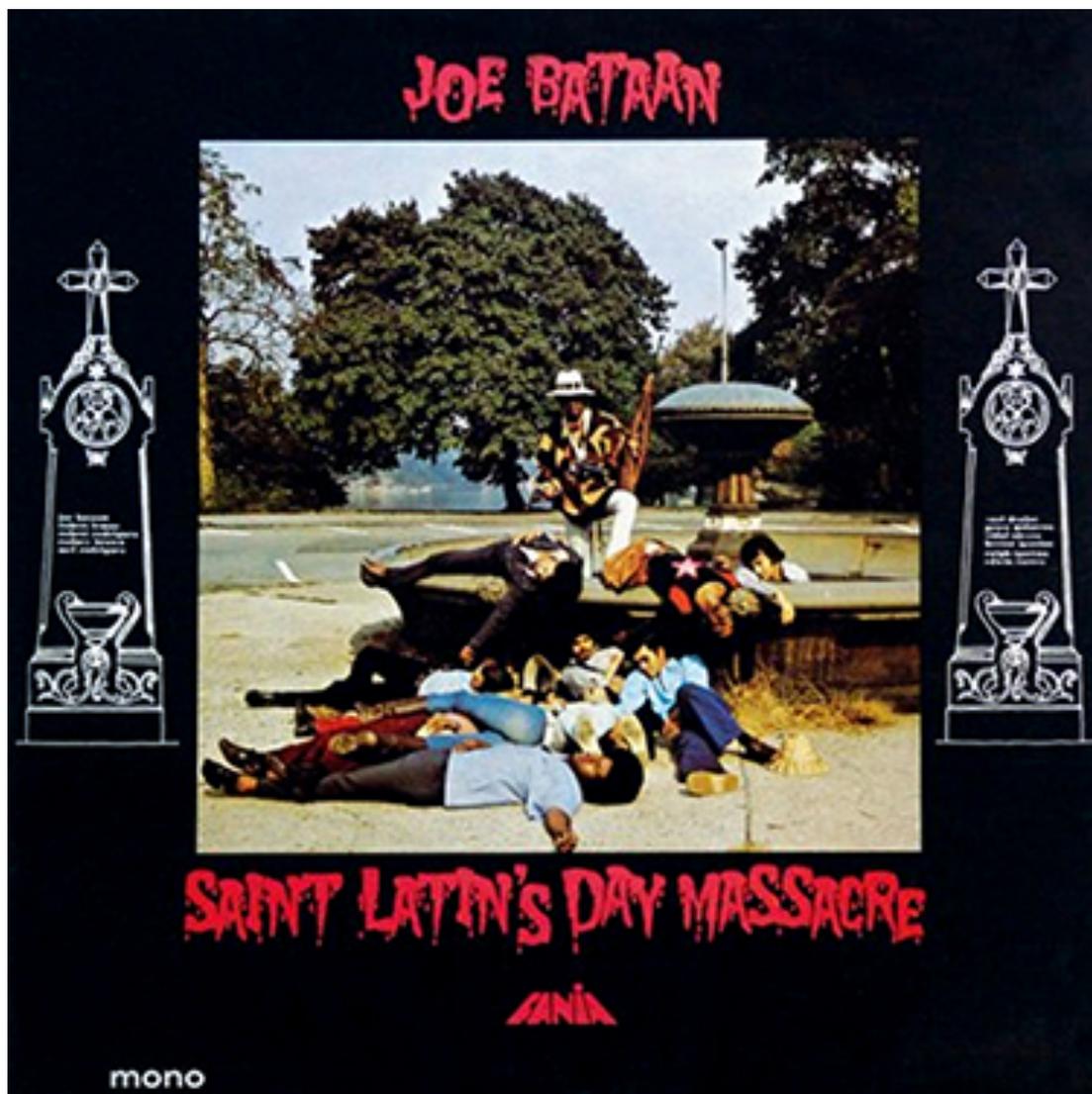
Figura 63: Adalberto, Popeye el marino. Diseño de Izzy Sanabria y Jorge Vargas. Fania Records (1977). Representación del cómic y la comida, como fuerza sobrenatural [11].



11.3 Representación

En la representación visual se ven manifestados hechos propios de la cotidianidad de sus relaciones con el entorno. Estas representaciones suelen ser puestas en escenas que llevan a ligar acontecimientos del cine, la literatura, el cómic, hechos judiciales y otros casos representados en las portadas.

Figura 64: Saint latins days massacre. Joe Bataan. Diseño de Stuart Leuthner. Fania Records (1971) [11].



Un ejemplo de la categoría de representación se da en la portada de Joe Bataan (Figura 64), quién había pasado tiempos difíciles por haber crecido en el Harlem Hispano y como consecuencia se había encontrado en aprietos con la policía por asociarse con delinquentes. Era 1966 y había todo un movimiento de música latina como el *Boogaloo*. Los jóvenes latinos ansiaban un sonido como el de Joe Bataan. (Fania Records, 2016)

Como lo revela su nombre, este trabajo fotográfico parece estar parodiando "la masacre del día de San Valentín", la cual fue supuestamente ordenada por Al Capone en un caso de delincuencia en Estados Unidos a principios del siglo XX. Ese hecho trascendió en el

tiempo y se convirtió en un icono de la violencia. El arte y la cultura tomaron esta iconografía y la música sintió sus efectos, incluso, en la música latina, el *latin soul* y la Salsa de New York. (Jose Arteaga, 2011)

La descripción de José Arteaga, en su programa radial *Hora Faniática*, acerca de esta portada dice:

“Hay una cosa de *Saint Latin's Day Massacre* que no tiene desperdicio, la carátula. El diseño fue de Stuart Leuthner y tenía tres elementos: los créditos con letras de efecto *gore*, tipo sangre escurriendo por la pared; dos tumbas a los lados reproducidas del cementerio Woodlawn en el Bronx; y sobre fondo negro, una foto de Joe Bataan en plan francotirador con un rifle de caza Winchester, y todos los miembros de la banda abatidos por las balas. Los cuerpos están desparramados en una fuente histórica, pues fue diseñada a mediados del siglo XIX por el gran arquitecto Jacob Wrey Mould, quien hizo algunas de las obras más representativas de los parques de New York. La fuente en el momento de la foto estaba clausurada. Luego se restauró. La foto fue tomada por Jan Blom.” (Jose Arteaga, 2011).

En la categoría de representación es habitual encontrar a los protagonistas de la música ejecutando acciones que los acercan a hechos cotidianos, haciéndolos ver de una manera natural, como vivían en el Barrio. El lenguaje representado es por lo general el de la calle.

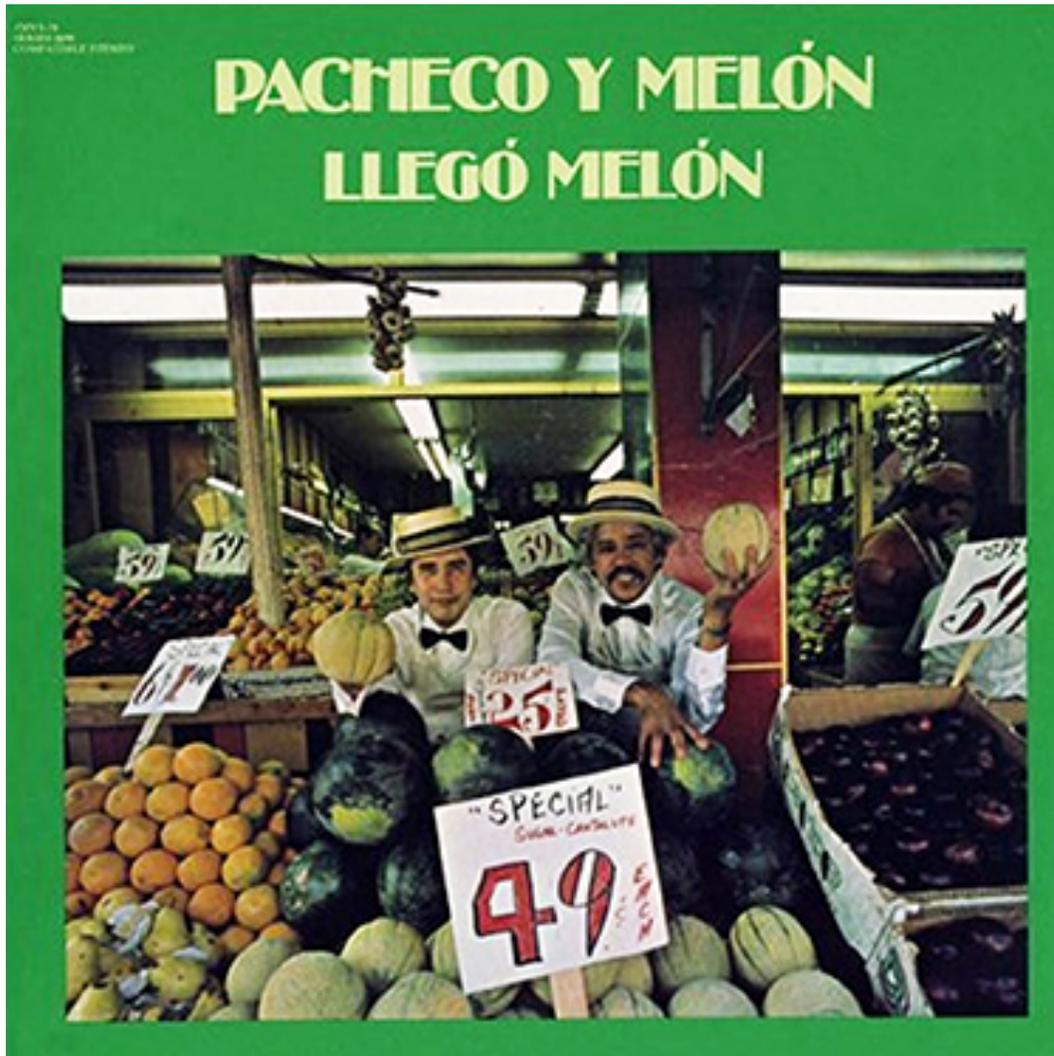
11.4 Gastronomía

La gastronomía tiene un papel muy importante dentro del diseño en la música Salsa, máxime si el origen del término que define el movimiento musical proviene de esta actividad. La primera aparición del término fue cuando en 1933 en el álbum “Échale salsita” se lanzó el tema musical con el mismo nombre, que hace alusión al supuesto mal sabor de la comida norteamericana, en comparación con la cubana. Más adelante apareció el grupo “Los Salseros”, que hacía uso del nombre para asociar de esta manera la comida y la música cubana. Ya desde la década de los años 60 empezó a popularizarse el término, tanto en las carátulas como en las letras de las canciones, y desde entonces las representaciones que tienen que ver con la gastronomía son visibles en muchas portadas de la música latina.

Figura 65: Salsa Picante. Clare Fisher. Diseño de Holger Matthies. MPS Records (1979). En 1962 Andy Warhol realizó su famosa obra *Campbell's Soup Cans* constituida por 32 lienzos. Warhol influenció a otros artistas, lo que parece evidente en esta portada [11].



Figura 66: Pacheco y Melón. Johnny Pacheco. Diseño de Ron Levine y Lee Marshall. Fania Records (1977) [11].



11.5 Religión

El sincretismo religioso, la conciliación de varias doctrinas religiosas, se dio en Cuba gracias a la unión de culturas como la de los habitantes originales de la isla, los negros esclavos traídos de África y los colonos españoles. En las letras de la música Salsa es posible notar algunas veces referencias al vudú, santería, y diferentes deidades. Las portadas que representan hechos religiosos, fueron a menudo relacionadas con el culto y respeto hacia la muerte.

Un ejemplo de ello es el Baquiné (Figura 67), que en el catolicismo es un velorio, en este caso para los niños negros recién nacidos y fallecidos. Es una fiesta que en Puerto Rico incluye música, baile y canciones alegres cantados en idioma francés caribeño, el creole (o criollo, una conjunción de varias lenguas) y en español. La fiesta de Baquiné se daba en parte con un propósito curativo o preventivo en el sentido de “medicina espiritual”, ya que el niño murió sin pecados y sin poder aprovechar una cura medicinal física (Ramírez, D. L. ,2008). Esta celebración festiva aseguraba simbólicamente su camino directo hacia el cielo y administraba consejo positivo a los padres. Según la tradición esta práctica llegó a Puerto Rico con los inmigrantes franceses y sus esclavos. (Jose Arteaga, 2010).

Figura 67: Baquiné de Angelitos Negros. Willie Colon. Fania Records (1977) [11].



En La portada de *Baquiné de Angelitos Negros*, se aprecia un culto póstumo a una niña de raza negra que acaba de fallecer. Esta portada se relaciona directamente con la poesía y el cine. De acuerdo con Arteaga (2010) su relación con la poesía es debido a que “*Los Angelitos Negros* es un poema de Andrés Eloy Blanco”, poeta venezolano nacido en Cumaná en 1896 y, sigue anotando Arteaga (2010), también se relaciona con el cine, gracias a la película *Angelitos Negros (Honrarás a tu Madre)*, realizada en México en 1948, dirigida por Joselito Rodríguez Jr., y protagonizada por Pedro Infante. Más adelante Willie Colon hizo la música en ritmo de Salsa para la producción televisiva “*El Baquiné de Angelitos Negros*”, una obra de ballet para televisión de Lou de Lemos y producida por WNET, televisión cultural de New Jersey y New York en el año de 1977.

Figura 68: *Alive and Kicking*. Chamaco Ramírez. Inca Records (1979). Esta portada salió al mercado en una época en la que se creía que el artista había fallecido. Ramírez finalmente murió asesinado en New York en 1983 por presuntos vínculos con la delincuencia. (Rodríguez, 2009) [11]



11.6 Inmigración

Es posible encontrar imágenes de actividades en contextos urbanos, moda, delincuencia, política y violencia, que, a su vez, propenden en algún grado por una búsqueda de aceptación en la vida cotidiana de la gran urbe. En este sentido, una imagen destacable es la del diseñador Sandy Hoffman, que destaca muchas de estas actividades de los inmigrantes en el diseño de la carátula "Los salseros de acero" (Figura 69) del músico Frankie Dante.

Figura 69: Los Salseros de Acero. Diseño de Sandy Hoffman. Cotique Records (1976) [11].



Frankie Dante se destacó por su activismo político en las letras de las canciones y es considerado uno de los iniciadores de la llamada “salsa social”, incluso antes que Rubén Blades. (Aranzazu, 2009). En la portada se observa la imagen del rostro del artista luciendo una boina al estilo de los militantes del movimiento “Young Lords”, quienes se destacaban por su atuendo y moda alternativa.

A finales de 1968, una actividad del barrio hispano se dio lugar para limpiar la basura que rebosaba por todo el lugar, teniéndose que quemar grandes cantidades de desperdicios, hecho que ocasionó la llegada de la policía y los bomberos, a quienes la comunidad repelió con gritos y piedras (Libcom, 2011). Tal fue la anécdota del nacimiento de los “Young Lords”, quienes a menudo también son referenciados como un grupo de activismo ambiental (De, Edwards, Angélica, & Herranz, n.d.).

La portada de los *Salseros de Acero*, encierra un fuerte contenido de simbologías que los latinos vivían en la ciudad, y que en gran medida dan cuenta de muchas de las categorías (palabras clave en la herramienta metodológica de esta investigación) que fueron visibles en el estudio de otras portadas. Se pueden apreciar referencias desde el contexto urbano tales como: los edificios, la Estatua de la Libertad, el *Empire State* con la imagen de King Kong, que alude a la película de moda en el año de la carátula (1976); a varias personas que caminan por la calle y que escuchan música con grabadora al hombro, una de ellas luciendo una camiseta con la palabra Salsa. Se observa también una patrulla de la policía del *NYPD (New York Police Department)* esgrimiendo las armas por fuera del vehículo (una crítica a la fuerza de la ley, quizá exagerada, al modo de ver de los latinos). En el centro de la imagen, se ve a Lenin Francisco Cerda (Frankie Dante) sobre la estatua de un caballo que en la base tiene el texto “*People for peace*” (“Gente por la paz”) y a su lado, un transeúnte camina vistiendo una camisa con la bandera de Estados Unidos, simbología que puede significar la integración de los inmigrantes con la nación estadounidense.

Por razones que ya se han explicado en los demás capítulos de este texto, la categoría de inmigración juega un papel muy importante en los signos y símbolos que desarrollaron los diseñadores gráficos de las carátulas de la salsa, pues como ya se vio, la inmigración jugó un papel muy importante en la conformación de este “folclore urbano internacional” (Rubén Blades) que es la Salsa.

Viva Puerto Rico Libre

12. Nuestra Cosa Latina

Figura 70: Our Latin Thing (Nuestra Cosa). Diseño de Izzy Sanabria. Fania Records (1972). Portada de la música original para la película del mismo nombre [12].



Describe José Arteaga (2011) que un club llamado “Le Club” ubicado en la calle 55 en New York, era un sitio de moda en los años 60. Había sido creado por Oliver Coquelin, quien venía de una familia francesa que manejaba una cuantiosa fortuna gracias a la administración de varios hoteles en Francia. Continúa Arteaga (2011) diciendo que “el éxito de *Le Club*, hizo que Coquelin se asociara a Borden Stevenson, hijo de un senador

demócrata para crear el *Cheetah Club* en la calle 53, en el sitio de un antiguo club de jazz, el Arcadia, en el año 1966; para su inauguración, entre los invitados de honor, estuvieron, el renombrado artista plástico Andy Warhol y Joan Crawford, una superestrella del antiguo cine mudo”.(José Arteaga, 2011).

De acuerdo con José Arteaga (2011) el Club *Cheetah* tenía 3 pisos, en uno de ellos se podía ir a cine, en la planta del segundo piso había una librería y almacén de discos, y en la planta de la calle, una galería de arte moderno, una boutique y la discoteca. Pero la sociedad neoyorquina se sintió incómoda con un club donde no se veía muy seguido a gente famosa, como en *Studio 54*. Sin pretenderlo, se convirtió el *Cheetah* en una pista de baile de domingo por la tarde, los precios bajaron y no se vendía alcohol.

Cuando *Le Club* se cerró y se abrió nuevamente en la calle 52 en 1968, muy cerca del anterior, contaba con espacio para 1200 personas y tarima para una orquesta de 20 músicos (José Arteaga, 2011).

El sitio habría de cambiar para la historia, gracias al evento que se representa en esta portada, el segundo concierto de *Fania All Stars*, que agruparía a los más destacados músicos de la escena neoyorquina y que grababan para el sello Fania y sus invitados especiales del sello filial Vaya Records.

Figura 71: Fania All Stars Live. Fania Records (1972) [12].



Vemos en la fotografía a varias personas, jóvenes que lucen peinados al estilo *Afrikan Look*, barbas, patillas y ropa al estilo *hippie* tan en boga en los comienzos de la década de los años 70 (Figura 71). Tablante (2001) cita el escritor puertorriqueño Edgardo Rodríguez Juliá, para referirse a la apariencia de los músicos de Salsa de principios de los años 70, comentando que pasaron de tener una imagen flamante y muy arreglada (parecían “profesores de contabilidad” a mediados de los 60) a tener un estilo afroamericano.

Algunos bailan con dificultad, y al fondo, otros observan la orquesta estirando sus cuellos como tratando de descubrir a sus ídolos, otros se abren paso en la multitud, bajo una araña de bombillas discotequeras, aunque diezmadas por la intensidad de la luz de relleno para la filmación del evento. En la parte central se destaca la mirada de una mujer que sorprende al fotógrafo de la escena en la acción. El evento de ser “sorprendido” tomando una fotografía llama la atención, pues pareciera ser que la brevedad del instante de la imagen se viera vulnerada, sin embargo, es esta característica la que le da un énfasis especial al encuadre o edición de la imagen. La imagen parece haber sido seleccionada de la cinta filmica del evento, pues sus colores y acutancia (el grado de contraste que se observa en el límite entre los detalles) lucen como en el cine.

En las primeras imágenes de la película *Our latin thing* (Nuestra Cosa Latina, 1972), se ven niños dirigiéndose a la calle y mientras uno de ellos camina por un callejón, en la pared se presentan los créditos de la película escritos en los muros a manera de grafitis. Los créditos pretenden tener una apariencia afanosa y descuidada, y presentan algunas licencias ortográficas como cambiar la letra “s” por la “z”. La frase *Our lating thing* va acompañada de la traducción al español “(Nuestra cosa latina)”, entre paréntesis. En las carátulas y otros medios impresos de la época de los 70, suelen mezclarse los idiomas inglés y español. Sanabria es citado por (Kelley, 2005) donde asevera que se quería llegar a una segunda y tercera generación de inmigrantes puertorriqueños que hablaban inglés pero tenían una fuerte inclinación cultural con Puerto Rico.

Las imágenes de la película muestran una realidad contundente del diario vivir del Barrio Latino, como la pobreza, el abandono, y la suciedad de la calle, como queriendo decir que esa es la ‘Cosa Latina’. El documental presenta unas palabras sobre la esperanza que tienen de que la película se convierta en un hito importante para la cultura latina.

Entre las escenas de la película, Ray Barretto y Sympony Sid¹ preguntan a Cheo Feliciano sobre cómo se sentía a su regreso a New York, ciudad que había abandonado para llevar a cabo una rehabilitación en Puerto Rico en los Hogares CREA, a causa de su fuerte adicción a las drogas, a medida que transcurren las escenas musicales de la agrupación *Fania All Stars* tocando en el *Cheetah*, se puede apreciar en la tarima el símbolo

¹ Sidney “Sinfonía” Torin, o como mejor se le conocía, Symphony Sid, era una famoso

de la Paz (muy popular en los años 70) con luces intermitentes, así como escenas de los ensayos y también charlas informales, como la escena en la que Jerry Masucci se queja de los cuantiosos gastos en los que ha incurrido para la película y por lo que ahora se transporta en bicicleta.

Se presentan también tomas de la cotidianidad del barrio latino como ventas ambulantes, reuniones de jugadores callejeros, peleas de gallos, mercado de pulgas, juegos de los niños. Una de las escenas más emotivas de *Our Latin Thing* se da cuando se presenta la pelea de gallos, donde se siente el verdadero clímax del Harlem Hispano: sus gritos, los ademanes que solamente los latinos entienden. Las imágenes de la película dan cuenta de una fuerte carga simbólica de lo que vivieron los latinos en New York en los años 70, contenida en sus ropas, peinados, ademanes, jerga, el habla del *spanglish*, la delincuencia (se documenta un robo en la calle), el canto de los boleros, la santería cubana llevada a un espacio urbano, como muestra del sincretismo religioso a través del baile y el uso de instrumentos de percusión afrocubanos como el shekere (Instrumento musical hecho de semillas entretejidas en una red sobre una calabaza seca, muy usado en la música hausa nigeriana), la timba, la conga, cencerro, y, sobretodo, el amor por la música de la cultura latina. Al final de la película, se “agradece muy especialmente a toda a la gente de habla hispana de New York”.

La filmación del concierto, que se entregó como *Our latin thing* o ‘*Nuestra Cosa*’, fue encargada al fotógrafo y cineasta Leon Gast, quien hacía sus primeros pasos en el cine; sus fotografías para las revistas *Vogue*, *Esquire* y *Harper’s Bazar* daban crédito de un buen comienzo. Años más tarde el documental “*When we were Kings*”, le reportó un premio de la Academia por largometraje y documental (Sloan, 2009). Gast también ganó otros premios con producciones que dan cuenta de su sapiencia como profesional del arte dramático, carrera que estudió en la Universidad de Columbia.

Our Latin Thing - Nuestra Cosa, se constituyó en un hito que localizó un capítulo de cómo sería el movimiento musical en adelante, puesto que a partir de este evento, la Salsa empezó a conocerse con toda su fuerza en el resto del mundo, y concretó las bases del diseño de las portadas de toda la década en los años 70, como primera medida, en el afianzamiento del vocablo que define a la Salsa como tal y (como ya se ha analizado en capítulos anteriores) y como segunda medida, en una instauración de simbologías gráficas identificadoras, en las que se observa mayor libertad en sus aplicaciones.

Los años setenta en New York fueron para la música latina una expresión del modo de vida de los inmigrantes latinoamericanos, que se encontraron en la ciudad capital del mundo viviendo una vida afanosa y de incertidumbres, sobre todo aquellos que vivían en El Barrio. 'El Barrio' es una denominación que ellos tenían para el *Spanish Harlem* donde se radicaron judíos, morenos, cubanos, puertorriqueños y en general, algunos de los latinos provenientes de Suramérica, aunque en menor número también unos judíos, italianos, así como de otras nacionalidades. Y todos bailaban Salsa.

Pero también había muchos inmigrantes en los barrios del Bronx, Manhattan y Brooklyn; puesto que a principios de los años cuarenta había llegado a la ciudad una oleada de puertorriqueños, se presume que a través de los años son 1.200.000, que se suman a una larga lista de cubanos provenientes de la Isla en el periodo de la instauración del gobierno de Fidel Castro, para ganarse el sustento que prometía el "*American Way of Life*", un estilo de vida promocionado a través de la publicidad, lleno de consumismo y prometededor de futuras riquezas. A este inmenso collage se le denomina en New York, "Cultura Latina".

En cuanto al diseño de la portada de *Fania All Stars Live - Thursday, August 26*, se puede mencionar lo siguiente: presenta un recuadro de color verde en la parte superior izquierda sobre el que se proyecta (así lo insinúa la forma en perspectiva) el nombre de *Fania All Stars Live*, y los textos *filmed* y *recorded*, enmarcado en color amarillo y letras de color rojo. Dentro de las letras, en una evocación de viñeta del cómic, se destacan los rostros en diferentes tamaños y posiciones de los músicos del concierto, dibujados en la técnica de plumilla y tinta china (Izzy Sanabria, su diseñador, se auto califica como uno de los mejores ilustradores en dicha técnica), evocan el *Pop Art*, un movimiento artístico que se caracterizó por el empleo de imágenes de la cultura popular a manera de anuncio publicitario y se percibe un acercamiento al *comic book*, que eran considerados objetos mundanos y que se contraponían a la cultura elitista de las bellas artes. Estas imágenes de los artistas enmarcadas dentro de las letras del titular de *Fania All Stars*, fueron ampliamente usadas a lo largo de los años en carteles y material promocional como camisetas, otros conciertos y discos, cambiando a veces, los personajes dibujados dentro de las letras. (José Arteaga, 2015a)

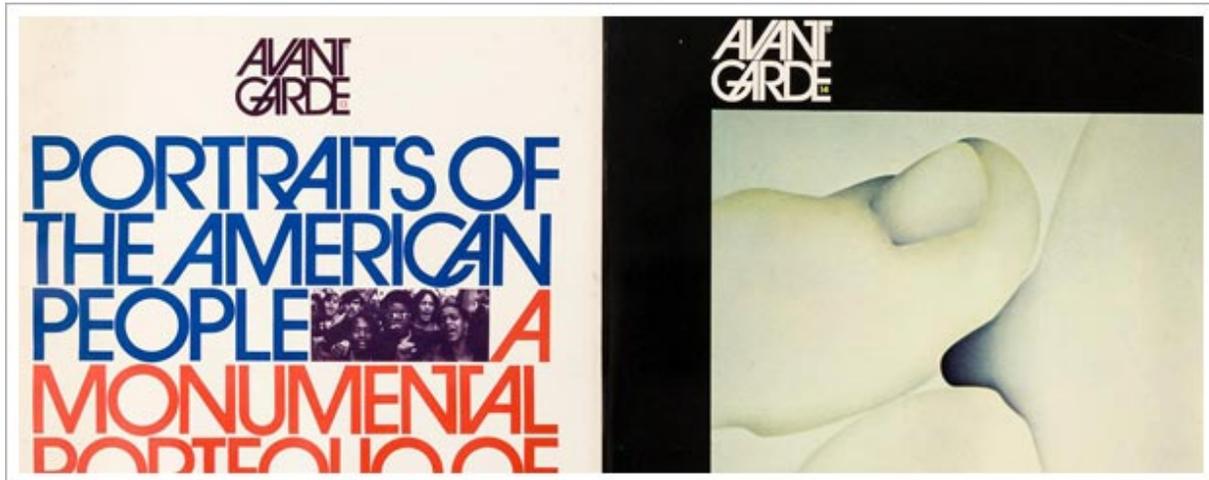
Figura 72: Cartel promocional Yankee Stadium. Diseño de Yzzy Sanabria. Fania Records (1973) [12].



El Diseño Gráfico en New York reflejaba la Tipografía Figurativa (Ver figura 72), letras que se convertían en objetos y viceversa. En cuanto al diseño de tipografías, una de las más célebres creaciones es la Avant Garde, de Herb Lubalin (Visuales, n.d.). Precisamente en la creación de las letras citada, se aprecia alguna influencia de las formas de la tipografía de Lubalin, como se observa en las inclinaciones de la letra “A” mayúsculas, que son oblicuas por uno u otro lado indiferentemente, formando un espacio vacío a su alrededor, como la original Avant Garde. Es posible también que la idea de redibujar so-

bre las fotos, esté presente en la fotocomposición de los rostros dentro de las letras del título, tecnología que empezaba a tomar forma en la época de su publicación.

Figura 73: Avant Garde. Herb Lubalin, 1970. (Hillebrand, 1971) [12].



Un aspecto destacable en la información de la carátula del álbum del *Cheetah*, es que esta se presenta en idioma inglés, aunque su público objetivo haya sido, en apariencia, el de habla hispana. Era una idea latente desde el año 1971 que las publicaciones referentes a la Salsa (al menos para los pioneros gráficos del movimiento) fuesen en idioma inglés, ya que en 1973, junto al diseñador Walter Vélez, Sanabria publicó una edición de la revista *Latin NY* una la leyenda que dice en qué idioma inglés:

“...the original *Latin NY* magazine in English for the Young Latin Community”. (Kelley, 2005).

Esta edición de *Latin NY* establecía los vínculos entre los programadores de radio, almacenes de discos, conciertos en vivo y bailes. La revista se fue convirtiendo después en la voz de los *Nuyoricans* ante los poderes culturales y políticos de la ciudad. *Latin NY* fue una herramienta para mostrar a los no latinos, la vida de “El Barrio” y la Salsa estaba incluida en ella. (Kelley, 2005). Desde muy temprano en el movimiento salsero quiso seguir la tradición llegando a las nuevas generaciones que, aunque ya hablaban en inglés como lengua nativa, serían unidos a sus países de origen en cuanto a idiosincrasia y costumbres, donde la música podría construir un vínculo con sus ancestros.

En este capítulo vimos la esencia del Harlem Hispano, sitio donde se originó en movimiento de la “*Salsa Explosion*” y qué fue llevada al cine en medio de los relatos de las gentes de habla hispana y la música que los identifica en el mundo.

13. Conclusiones y recomendaciones

Una vez definido el término Salsa, se hizo un análisis al contexto del Diseño Gráfico de portadas. Se puede concluir que el papel que desempeñaron los diseñadores gráficos fue relevante para apoyar la difusión de imágenes que dan cuenta de un modo de vida y estilos particulares de los inmigrantes latinoamericanos. Este ámbito de la creación de formas visuales para la Salsa es propiciado por la influencia de las artes plásticas de la época, que a su vez influenciaron a diseñadores latinoamericanos y extranjeros en la producción de movimientos visuales como el de la tipografía, que determina unas formas especialmente reconocibles en la ilustración de letras que identifican visualmente a la Salsa.

Desde el enfoque de la industria cultural, se vio cómo el Diseño Gráfico intentó acercar a las nuevas generaciones de inmigrantes (quienes ya tenían el idioma inglés por lengua materna) al movimiento musical, a través de portadas que contenían indistintamente el idioma español e inglés. También fue posible analizar la construcción de marcas de identidad de la cultura latinoamericana presente en New York.

Es importante resaltar el papel que jugó el Diseño Gráfico en la construcción de la identidad visual y nombre propio con el que se reconoce al movimiento musical denominado Salsa, ya que, como se vio en el capítulo del origen del término Salsa, los diseños de portadas apoyaron a partir de los años 60 la metáfora gastronómica hasta lograr separarla y darle el sentido musical. En dicho sentido, también fue importante el papel que jugaron las publicaciones de diferentes revistas como *Billboard*, y *Time* que reforzaron, desde el punto de vista de la comunicación social, la difusión y apropiación del término Salsa a través del mundo.

Hay que decir con respecto a los objetivos y conclusiones de este trabajo investigativo, sobre la mirada singular que se construye por y para el Diseño Gráfico, que su importancia se da en la construcción de nuevos enfoques en el aporte que esta actividad puede ofrecer al entendimiento de la sociedad y su cultura y establece otras rutas de trabajo a seguir.

Además, volviendo a la inquietud inicial de si el Diseño Gráfico puede ayudar a construir cultura, y si obviamos el tema de las portadas de la salsa, el aporte de este trabajo puede

verse en una metodología con una forma de aproximación con lógicas propias del diseño y una manera de acercamiento única en este campo del conocimiento, que además evidencia su lugar en la Maestría en Diseño.

En cuanto al aporte que esta investigación hace para los estudios culturales, se centran en un examen a fondo del aporte del Diseño Gráfico para dar comprensión al fenómeno social del significado de la música Salsa, comprensión que se provee de manera más profunda que si solo se dieran datos cuantitativos.

La recolección y análisis de datos permitió interpretar la variedad de una realidad evitando caer en la simplicidad, y, a su vez, se tuvo la certeza de ser neutral para que los aportes epistemológicos y suposiciones teóricas sobre la cultura latina no estuvieran mediados por subjetividades personales como prejuicios o enjuiciamientos, máxime si sabemos que en la investigación cualitativa el factor humano es parte fundamental de los estudios.

En este sentido, la investigación en diseño hace posible abrir una puerta para vincular el diseño en los estudios etnográficos, así como los históricos, ya que como lo especifica Burke (2005) muchos estudios históricos y descriptivos de la cultura, pasan de largo por las imágenes, sin detenerse a ver qué cuentan entre líneas. A este aspecto se agrega el hecho de que la manera en que éstas fueron elaboradas, como lo son sus técnicas, conceptos y vivencias de los diseñadores, deben ser tomados también en cuenta.

Tomando como referencia esta investigación, en la que se destacó el papel que desempeñó el Diseño Gráfico en la conformación de una cultura, es posible pensar en otra acerca del aporte que se obtuvo desde las portadas de la Salsa hechas en New York, para tomarla como punto de partida para indagar sobre lo que ocurrió en otros países, como Colombia, relativo a los aspectos del diseño de portadas de discos.

De otra parte, es importante mencionar que la herramienta informática producto de esta investigación, materializa el carácter de indagación de esta tesis, potenciando los alcances que otras formas analógicas de estudio ya han configurado, como es el caso de Hockney (2012) o de Warburg y su libro *Atlas Mnemosyne* (Warburg, Warnke, Brink, Checa Cremades, & Chamorro Mielke, 2010), a su modo, esta herramienta actualiza los intereses que tuvieron estos investigadores. De igual manera, se puede convertir en una herramienta potencialmente útil para análisis posteriores no sólo para carátulas de dis-

cos, sino para otras imágenes en general, ya que permite agrupaciones que facilitan su estudio y puede aplicarse a otros géneros temáticos.

También es posible delimitar el tema de investigación apoyándose en las categorías de diseño de discos de la Salsa propuestas, para ayudar a comprender, desde las miradas del diseño, una determinada actividad cultural de un pueblo. Para citar un ejemplo, se podrían estudiar las manifestaciones de espiritualidad de un grupo étnico, a través de las imágenes que se producen a propósito del tema religioso o de culto.

Es importante resaltar que, en las producciones gráficas de los años 70, relacionadas con la Salsa, se continuó dando notabilidad al aspecto gastronómico para reforzar la identidad del movimiento musical. Es importante anotar que, a pesar de que la Salsa se trata de un conjunto de diferentes ritmos hechos principalmente para el baile, sus portadas, al menos en esta época, no muestran en su mayoría este tipo de actividad. Los diseñadores estaban tratando de documentar diferentes aspectos de esta cultura, como lo es el hecho de alejarse de las imágenes estereotipadas que se tenían en la cultura norteamericana del modo de vida de los latinoamericanos.

En cuanto a la metodología necesaria para hacer el estudio de los hechos relatados en las portadas de discos, fue necesario agruparlas en diferentes categorías. Esta categorización se hizo posible gracias a la organización apoyada en una herramienta tecnológica de base de datos. La herramienta está disponible actualmente en Internet a través del vínculo www.Salsajazz.com/portadas y se constituye en una parte fundamental de este trabajo, debido a que fue significativo remitirse constantemente a ella para una visualización global de los análisis, caracterizaciones, agrupaciones y detalles de las portadas estudiadas. Esta herramienta permitirá crear comunidad y prácticas sociales alrededor del tema.

Cuando la visualización global del material gráfico se presentaba desordenada, la organización con palabras clave permitió estudiar las portadas en pequeños subconjuntos y poder así describir a lo largo del trabajo los objetivos de la investigación. Estos grupos fueron organizados primero en categorías formales de diseño como tipografía, color, ilustración y fotografía que no se describen profundamente, pero que permitieron llegar a otras categorías de tipo conceptual como son Gastronomía, Religión, Apropiación, Identidad, Representación e Inmigración.

En la actualidad es posible apreciar el interés que hay por las portadas de los discos, por citar un caso, se pueden consultar en la red social de Twitter, aproximadamente 70 cuentas dedicadas de lleno al cubrimiento de este tema. Entre las temáticas que se ejecutan están la de las malas carátulas, las que registran un determinado tipo de música como el Reggae, Rap o Rock, y por supuesto las de la Salsa y las que recogen portadas consideradas clásicas; en general, estas páginas destacan principalmente el Diseño Gráfico de las carátulas, pero sin ahondar en los análisis que suscitó esta investigación.

En términos de la música Salsa, la cuenta de la red social Twitter de la coleccionista Alejandra Ferro es punto referencial para coleccionistas y aficionados de la Salsa. La colección es considerada la más importante en lo referente a la música afrocubana. Alejandra Ferro Eleta es sobrina del compositor panameño Carlos Eleta Almarán, autor del bolero “Historia de un amor” (Redacción Radio Gladys Palmera, 2015), y es quizá debido a este vínculo de familiaridad que se interesa por la música afrocubana.

En otras redes sociales también es frecuente encontrar cuentas de usuarios dedicadas a las carátulas de discos. *Instagram*, por ser una red dedicada exclusivamente a las imágenes, se presta para su presencia. En *Instagram* se encuentran sitios como el de *discoMas*, *Congahead*, *sensorialDiscos* y *RecordMart*. Estas cuentas publican regularmente diseños de carátulas de discos y comentan sobre los músicos principalmente y los cortes musicales presentes en las producciones que representan. Esta se convierte en una muestra del interés que despiertan las portadas de discos en la sociedad.

Es importante decir que la herramienta tecnológica “Portadas de la Salsa” (Aranzazu, 2016), se puede convertir en un material muy interesante para otros conocedores, investigadores y sirve de ejemplo metodológico para la organización de portadas de discos, aplicable no solo en el ámbito de la música del Caribe, sino que también para otras especialidades de la música.

Aunque las piezas gráficas relacionadas con la música Salsa se produjeron en su mayoría en New York, los licenciamientos de exportación de los discos a otros países, especialmente los de Suramérica como Colombia, Panamá, Venezuela y Perú, permiten tener a mano gran cantidad de material impreso disponible.

También es primordial anotar que, aunque las portadas de salsa los años 70 fueron ideadas con un interés comercial, es evidente que no fueron preconcebidas bajo una estrate-

gia de la creación de signos de la latinidad, y que con el tiempo empezaron a conformarse como parte de la historia de lo que estaban ayudando a construir.

Finalmente se destaca cómo el aspecto visual de la música lo aporta la portada del disco, luego, en la ecuación: carátula más las visualidades construidas, ayudan construir la dimensión de la música Salsa y su relación con la cultura latina.

En el transcurso de la investigación surgieron algunas categorías de estudio, que no se analizaron a fondo debido a la naturaleza de los objetivos que buscaron definir lo ayuda que el diseño gráfico hizo por la cultura. Sin embargo, estas temáticas también pueden ser tocadas en estudios posteriores a partir del diseño , como son: transnacionalismo, espiritualidad, justicia social, cultura de la juventud, derechos civiles, sexualidad y sexismo, géneros sexuales, raza y racismo, marcadores de identidad como la gastronomía, grafiti pasatiempos tradicionales, muerte y celebraciones, política, entre otras.

A. Anexo: Acerca de autores citados

Se citan estos autores como anexo, para dar cuenta de su trayectoria en el campo de la musicología e investigación. Ellos son los que más veces han aparecido citados a lo largo del texto y se constituyen por dicha razón, en parte importante del trabajo.

José Arteaga

Escritor colombiano, reconocido por su prolífica obra sobre la historia de la música del Caribe como la Salsa y el Jazz Latino. Es autor de varios libros sobre la música, entre los que se encuentra: *Oye como va*, *La Salsa un estado de ánimo*, *La Salsa*, y *Música del Caribe*. En su obra vincula el análisis de temáticas sociales y culturales contemporáneas.

También se ha destacado en la radio, desde que empezó en los años 90, en HJUT de Bogotá, Javeriana estéreo, y luego en España en Radio Gladys Palmera, donde fue reconocido con el premio Ondas en 2015. Es creador del programa radial, *La Hora Faniática*, donde cuenta la historia de la Salsa en New York.

<http://lahorafaniatica.gladyspalmera.com/>

Izzy Sanabria

Diseñador gráfico del sello Fania, en la época el auge de la música Salsa en los años 70, participó en la realización de más de 270 portadas de la Salsa, también fue realizador del material promocional visual de varios artistas y creador de la revista Latin NY, donde analizaba diferentes aspectos de la cultura latina en New York, y promocionaba la música de artistas del sello. Fue maestro de ceremonias de los conciertos de Salsa y presentador oficial de las Estrellas de Fania.

<http://www.salsamagazine.com/>

Israel Sánchez Coll

Profesor del Departamento de Educación de Puerto Rico y es doctor en Ingeniería Química de la Universidad de Puerto Rico. Fue miembro fundador del portal de internet Herencia Latina donde ha publicado entrevistas y artículos relacionados con la Salsa. Entre los contenidos de Herencia Latina, se encuentran testimonios sobre el Diseño Gráfico de las portadas de la Salsa. El sitio web de Herencia Latina es pionera en la socialización de la información de la Salsa desde finales de los años 90 cuando se creó en Yahoo como un grupo de adeptos de la Salsa, donde se compartía información.

<http://www.herencialatina.com>

Leopoldo Tablante Alcalá

Periodista, profesor y escritor venezolano. Es licenciado en Comunicación Social y obtuvo doctorado en la Universidad de Paris con la tesis *Salsa : évolution commerciale d'une musique populaire. Du barrio latino à l'industrie multinationale du disque*. Ha publicado los libros "Mujeres de armas temer", "Groovy", "Hijos de su casa" y "Los sabores de la salsa".

Carlos Aranzazu López

Diseñador Gráfico de la Universidad Nacional de Colombia. Autor de este estudio sobre las portadas de la Salsa. Es creador en 1995 del portal Salsajazz.com, en la actualidad se desempeña como docente en el área del diseño multimedia.

<http://www.salsajazz.com>

B. Anexo: Poster para el segundo Congreso de Diseño

Eba say ajá!*

El diseño de las portadas de discos de salsa y la cultura latina.

* Eba say ajá! Es la expresión: "Every body say Ajá (Todo el mundo dice Ajá)", comprimiada y latinizada. Palabras clave: Diseño, cultura, salsa, carabú, identidad.

PRESENTACIÓN
Durante el siglo XX varios acontecimientos políticos y sociales originados en América Latina como la anexión de Puerto Rico a los Estados Unidos como estado libre asociado, la Revolución Cubana, los tratados comerciales con Panamá, y la Instauración de diferentes dictaduras en América Latina, entre otros hechos, dieron como resultado que gran cantidad de personas migraran hacia los Estados Unidos, especialmente a ciudades como Miami, New York y Los Angeles.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN
Esta investigación responde a la pregunta de **¿Cómo el diseño gráfico ayudó a construir la cultura latina a través de las carátulas de la música salsa producidas en New York en los años 70?** y describe los hechos culturales que marcan la creación artística en el contexto musical de los años 70 en la ciudad de New York. También se analizará el contexto de la creación artística y diseño de portadas de discos de la música Salsa de los años 70, así como su descripción y análisis de hechos representados gráficamente en dichas carátulas.

OBJETIVOS
Analizar cómo se interpreta la cultura latina en las carátulas de la música Salsa producidas en New York en la década de los años 70 del siglo XX, con el fin de establecer los parámetros de Diseño Gráfico utilizados en dicha producción.

- ▶ Analizar el contexto de la creación artística y diseño de carátulas de la música Salsa de los años 70.
- ▶ Establecer parámetros de diseño utilizados en la construcción de imágenes de las carátulas de la Salsa de los años 70, de New York.
- ▶ Describir los hechos culturales que marcan la creación artística en el contexto musical de la música de los años 70 en la ciudad de New York.
- ▶ Describir los elementos gráficos de las carátulas de la Salsa de los años 70 elaboradas en la ciudad de New York.
- ▶ Analizar los hechos representados en las carátulas de discos de Salsa realizadas en los años 70 en la ciudad de New York.

PERTINENCIA Y JUSTIFICACIÓN
La industria cultural emergió en el contexto de la producción musical, desde el ámbito latino de los inmigrantes en Nueva York, requirió del diseño gráfico para reflejar una simbología de hechos significativos tales como la gastronomía, religión, modos de vida, economía, modos de vida, relaciones interpersonales, y la búsqueda del sueño americano, entre muchos otros, por parte de los latinos que vivieron en New York y que de alguna manera son representados en esa producción gráfica.

Esta investigación se justifica en la evidencia de una relación social y hechos establecidos a través de la práctica del diseño y la puesta en escena de relaciones del arte de la época (como la prosodia y el jazz art) adoptados desde los movimientos artísticos norteamericanos de los años 70, y que fueron reflejados en las producciones visuales de la música salsa y adoptados como simbología de la cultura latina. Otras justificaciones se dan por ende, en el papel que desempeña el Diseño en la conformación de la cultura, la memoria popular y el conocimiento que el investigador tiene sobre el tema de la salsa es su calidad de coleccionista y diseñador gráfico.

2

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN DISEÑO

Cognición y epistemología.

Los latinoamericanos en Estados Unidos influyeron en la cultura con sus formas de vida, costumbres, religión, gastronomía y otros dinamismos. Entre las actividades de relación cultural se encuentra la música llevada a ese territorio y sus hibridaciones con la norteamericana como el jazz, que origina la denominada Salsa, como resultado de la mezcla con los sonidos musicales del Caribe y aportes de tipo social. En este póster se presentan adelantos de la investigación de Tesis de Maestría en Diseño de la Universidad Nacional de Colombia.

METODOLOGÍA
Con el objetivo de establecer una categorización de los diferentes tipos de representación, se diseñó una metodología de investigación basada en la observación directa, siguiendo los planteamientos de Bryman A, y presentados en la publicación "Métodos de Investigación cualitativa" (Rodríguez, 2011). Se asume una postura de mirada de diseñador en el abordaje de la investigación, ya que desde otras disciplinas, los resultados son diferentes. El diseño de esta metodología se centra en lo siguiente:

- 1) Exploración interpretativa.
- 2) Compromiso social del investigador.
- 3) Cercanía del investigador con el sujeto mediada por imágenes de campo.
- 4) Relación entre teoría y concepto de tipo inductivo, es decir, buscando en tender los ojos que orientan el comportamiento.
- 5) Investigación estructurada y no estructurada, es decir sabiendo de antemano, primero, lo que se quiere encontrar y, segundo, aquellas observaciones libres y espontáneas.
- 6) Alcance de los resultados ideográficos, es decir, comprendiendo las reglas, individualidad y límites de los objetos de estudio.
- 7) Se intenta hacer una representación de una imagen de la realidad social construida por miembros de la sociedad.
- 8) La naturaleza de los datos son detalladas y textuales.

Bryman A. (Rodríguez, 2011)
Se establecen elementos a partir de unas categorías como el color, espacio, ilustración, tipografía, etc. y técnicas, con las cuales se hará el diálogo teórico final con el Diseño: « Identidad » « Representación » « Reconocimiento » « Aproximación » « Preservación Incluida » « Documentación »

CONCLUSIONES SIGNIFICATIVAS:
EL ORIGEN GRÁFICO DE LA PALABRA SALSA
Uno de los primeros resultados de la investigación, de cuenta de un origen del término como definidor de la música, aparece en los gráficos que representan gastronomía.

Algunos investigadores citan, para dar cuenta del origen del término, la canción "Salsa Salsón" (1952), del fundador del Sopleto Nacional, Ignacio Piñero, que en su letra hacía referencia a una preparación gastronómica.

De 1960 el disco "Salsa Nueva". Para José Arango (2012), el uso tiene una aceptación momentánea gastronómica ya que aun no se había definido a esta serie de géneros musicales (pambiche, pachanga, guajiro, etc.)

Para el investigador Max Salazar (2011), la latinización de "Soul Saver" antes de "Salsa", antes un mal uso de la lengua inglesa. Esta carátula de 1962 impreso en papel por los "Salsos" en las emisiones de radio de los EE.UU.

En 1962, se nota una intención por asociar "Salsa" a las producciones musicales. La descripción, en los créditos de la carátula, proveniente de una tradición gastronómica e infiere una similitud con el sentido del gusto por el de la música.

En 1963 (1970). El diseño de letras asociadas al movimiento neopopular liderado por Salsón "Escuela Experimental del Experimentismo Gráfico" a menudo ha representado en las carátulas de la Salsa.

Los discos de Salsa a menudo se imprimen en producciones del arte de la época, así como en miradas a otras músicas, como el Rock.

CRÉDITOS Y REFERENCIAS

L. Salsón, Salsón de 1963. "New York del Pop Salsón en los Estados Unidos". New York Times.
 El experimentismo gráfico. Escuela Experimental del Experimentismo Gráfico.
 El Sopleto Nacional. 1952. "Salsa Salsón" e "Ignacio Piñero". Los Sopleto Nacional en los Estados Unidos.
 El Sopleto Nacional. 1952. "Salsa Salsón" e "Ignacio Piñero". Los Sopleto Nacional en los Estados Unidos.

AUTOR(ES): CARLOS ARANZAZI, CARLOS RUIÑO

Maestría en Diseño
Especialización en pedagogía del diseño
Especialización en diseño y desarrollo de producto
Escuela de diseño industrial
Escuela de Diseño Gráfico
FACULTAD DE ARTES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

C. Anexo: Listado de diseñadores gráficos.

Estelizado es un aporte relevante del diseñador y docente Alexander Adana, investigador en Diseño.

Personas que construyen Diseño Gráfico.

1. Louis Prang (escuela cromolitográfica de Boston, impresos, litografía)
2. Walter Crane (Precursor del Art Nouveau, ilustración composición)
3. Owen Jones (módulos de diseño, composición estilística)
4. Randolph Caldecott (ilustrador, editorial)
5. Poebé Anne Tarquair (editorial, diagramación)
6. William Morris (editorial, libro, diagramación)
7. Kate Greenaway (ilustración, diagramación)
8. Henry Toulouse Lautrec (cartelismo, concepto)
9. Alphonse Mucha (cartelismo, color, ilustración, Fuentes tipográficas, composición)
10. Gustav Klimt (diagramación, editorial)
11. René Mackintosh (diagramación, composición, tipografía)
12. Victor Horta (tipografía, estilo, composición, impresos)
13. Lucien Bernhard (cartelismo, rotulación, tipografía, color, composición)
14. Juan Gris (tipografía)
15. George Braque (tipografía)
16. Filippo T. Marinetti (tipografía como imagen, concepto)
17. Giacomo Balla (Composición, concepto, collage)
18. Umberto Boccioni (composición, concepto)
19. Guillaume Apollinaire (caligramas)
20. Otto Dix (concepto, composición, estilo)
21. George Grosz (concepto, composición, estilo)
22. Marcel Duchamp (concepto diseño)
23. Francis Picabia (collage, concepto, tipografía)
24. Man Ray (fotografía, tipografía, collage, concepto)
25. Hans Richter (narración visual, secuencia, loop)
26. Hanna Hoch (collage, ilustración)
27. Alexander Rodchenko (cartelismo, diagramación, concepto, retículas, fotografía)
28. El Lissitzky (cartelismo, collage, fotografía, concepto, retículas tipografía)
29. Montgomery Flagg (cartelismo, concepto, ilustración)
30. Norman Rockwell (ilustración, composición, concepto)
31. Walt Disney (animación, narración visual, color, ilustración, concepto simbólico)
32. Piet Mondrian (retículas compositivas, color, equilibrio, connotación simbólica)

33. Theo Van Doesburg (retículas compositivas, color, equilibrio, connotación simbólica)
34. Frank Lloyd Wrioth (concepto modernismo)
35. Walter Gropius (concepto modernismo, composición y gestión)
36. Marcel Breuer (concepto modernismo, objeto)
37. Herbert Bayer (tipografía, impresos, composición)
38. Oskar Schlemmer (narración, luz, color)
39. Vassily Kandinsky (teorías color, composición, luz y percepción)
40. Paul Klee (estudio teoría del color)
41. Max Bill (concepto diseño)
42. Jan Stichhold (diagramación, tipografía)
43. Paul Renner (diagramación, tipografía)
44. Armin Hoffmann (cartelismo, diagramación, color)
45. Josef Muller Brockmann (tipografía, composición, diagramación, color, técnica)
46. Robert Massin (tipografía, composición)
47. Paul Rand (concepto, tipografía, diagramación, color, composición, identidad visual, ilustración)
48. Saul Bass (identidad visual, cartelismo, color, ilustración, animación, narración visual)
49. Herb Lubalin (tipografía, ilustración, editorial)
50. Milton Glaser (composición, color, tipografía, ilustración)
51. Alvin Lustig (editorial, tipografía, ilustración)
52. Cipe Pineles (editorial, diagramación, color)
53. Elaine Lustig (editorial, tipografía, ilustración)
54. William Golden (identidad visual, tipografía)
55. Giovanni Pintori (cartelismo, diagramación, color, tipografía)
56. Max Huber (cartelismo, diagramación, fotomontaje, tipografía)
57. Bradbury Thompson (fotomontaje, tipografía, diagramación, color)
58. Dicken Castro (módulos, símbolo, signo, identidad visual, ilustración, diagramación)
59. David Consuegra (módulos, símbolo, signo, identidad visual, ilustración, diagramación)
60. **Walter Landor (identidad visual)**
61. Rick Griffin (cartelismo, tipografía, color)
62. Stanley Mouse (cartelismo, tipografía, color)
63. Alton Kelley (cartelismo, tipografía, color)
64. Wes Wilson (cartelismo, tipografía, color)
65. Victor Moscoso (cartelismo, tipografía, color)
66. Robert Crumb (ilustración, concepto, editorial)
67. **Alan Fletcher (identidad visual, tipografía, diagramación)**
68. Antonio Grass (símbolo, icono, identidad visual, editorial)
69. Jamie Raid (composición, concepto, tipografía, collage)
70. Otl Aicher (identidad visual, señaletica, diagramación, editorial, tipografía)

71. Storm Thorgherson (fotografía, cartel, composición, diagramación, identidad visual)
72. Claudio Arango (identidad visual)
73. Boris Vallejo (ilustración, concepto)
74. Moebius (ilustración, narración visual, tipografía, diagramación, animación, director de arte)
75. David Carson (tipografía, color, composición, concepto, editorial)
76. Neville Brody (tipografía, diagramación, color, composición, concepto, editorial)
77. Dave Mackean (narración visual, animación, color, director de arte, ilustración, diagramación)
78. Alessandro Bavari (ilustración, composición, fotografía)
79. Joel Peter Witkins (fotografía, composición)
80. Jan Saudeck (fotografía, ilustración, color)
81. Alex Ross (ilustración, narración visual, color)
82. Mirko illic (ilustración, composición, color, diagramación, concepto, editorial)
83. Hillman Curtis (audiovisual, narración, motion graphic, diagramación)
84. Isidro Ferrer (cartelismo, diagramación, concepto, ilustración)
85. Javier Mariscal (concepto, diagramación, ilustración, animación, narrativa, color, impresos)
86. Felipe Covarrubias (concepto, cartelismo, diagramación)
87. Jose Manuel Morelos (cartelismo, composición, diagramación, ilustración)
88. Vicente Rojo (cartelismo, composición, diagramación, ilustración)
89. Yves Zimmermann (concepto, cartelismo, editorial)
90. Matthew Carter (tipografía)
91. Jonathan Barnbrook (diagramación, composición, concepto)
92. Stefan sagmeister (tipografía, composición, Cartelismo, video)
93. **Wally Olins (identidad visual)**
94. **Gerard Huerta (identidad visual)**

D. Anexo: Email en que se pide opinión a otros autores.

Jose Arteaga <jose_arteaga@hotmail.com>

10/12/15

para mí

JOSE ARTEAGA

@jdjarteaga

+34 630915282

Inicio del mensaje reenviado:

De: Pablo Yglesias <djbongohead@comcast.net>

Fecha: 10 de diciembre de 2015, 19:43:53 CET

Para: Jose Arteaga <jose_arteaga@hotmail.com>

Asunto: Re: Investigación Carlos Aranzazu L. sobre carátulas de la Salsa en los 70.

Wow! Soy envidioso de que los académicos en Colombia puedan perseguir!

Gracias para consularme, pues hay mucho material bueno aquí, niveles bajo niveles, para ver, causar pensar y profundizar... no se si tengo tiempo ahora para dar respuestas en detalle, enfocarme en cada pedazo, porque es muy rica y es algo facinante pero con muchas partes y sujetos entrelazados y mi español es un poco crudo para expresarme rápidamente.

En la lista de artistas y diseñadores con tendencias de influenciar el ambiente del arte del disco latino, si hablamos de carteles y carátulas de la salsa en NYC durante la época de boogaloo y salsa, nunca podemos dejar o faltarnos la influencia, sobre todo sobre Srs. Sanabria, Besalel, Levine, y los dos Rosario, del gran pintor español SALVADOR DALI y también del nuyorquino rey de pop, ANDY WORHOL. Muy importante. Por los comics, debe añadir a clásicos como Joe Shuster (Superman), Stan Lee (editor de Marvel Comics), Jack Kirby (Fantastic Four) y la gente de Mad Magazine.

En cuanto a otros estudios, si tu amigo menciona a American Sabor, este es bueno porque fue un show bastante amplio en su foco a las masas, en el entretenimiento

de masas y las influencias en la cultura popular que se fueron de ida y vuelta entre anglos y los hispanos en los EE.UU. durante esa época y más allá. Yo fue parte de esta exhibición, en papel de consultor sobre visuales, música, iconografía, y detalles de las historias de la música y ambiente en ciertas ciudades en Texas, Florida, New York y California. Como cuestión de hecho, se me ocurrió la idea de hacer una pared gigantesca de carátulas de álbumes latinos hecho aquí durante 50 años (con 'estaciones de tocar y escuchar' a lo largo de la pared para escuchar la música representada por las portadas). Nadie en el museo de Experience Project (en Seattle, Washington) o en las universidades que se desarrolló la exposición había pensado en esto. Escribí sobre las influencias y los mensajes procedentes de las carátulas y, en menor medida, los carteles y logos de los sellos discográficos. Visual Clave, sin embargo, es un poco diferente, ya que fue curada solamente por mí, y que era más de mostrar la obra real, actual, físico de los diseñadores como Sanabria, Rosario, y Levin - es decir pinturas, dibujos, diseños, paste-ups, fotos, ilustraciones, bosquejos conceptuales - de las portadas de discos salseros. Antes de esto, nadie han visto ejemplos reales, actuales; es decir - yo proclamaba con Visual Clave que esa parte escondida fue digno de mostrar, es arte, de valor no solamente histórico y social, pero de arte en sí, y que nosotros los latinos/as deben ser orgullosos de esa época, especialmente porque no fue conocida, no tenía respeto, y ahora es casi perdido a causa de computadores, la revolución digital...

Asimismo, la atención se centró más antropológica y sociológica en Visual Clave que American Sabor, en cuanto a la forma en que organicé la galería de imágenes de la portada latina. Esta vez no había los académicos ni un director de museo respirando en mi cuello o mirando por encima del hombro, ja ja ja. Además tenía una sección que se centró sólo en el aspecto de diseño puro - forma, el color, las fuentes, letrera o que sea - y el show American Sabor no tenía esto realmente. En cambio, fue más sobre la polinización cruzada de influencias, a través de la música popular, entre los hispanos y no hispanos en los EE.UU.

Bueno he hablado demasiado y tengo que volar, amigo.

Un abrazo y gracias, por favor mantengo informado y creo que todavía puedo mantener la esperanza que algún día viajar a la maravillosa tierra de mares y montañas donde todavía se encantan con la salsa, cumbia, etc. y tienen corazones tropicales golpeando ardientemente dentro de cada uno. Empecé una pequeña disquera de solamente acetato recientemente, Peace & Rhythm Records, y tus buenos compatriotas los colombianos de Cali y Bogotá son mis mejores clientes!

Como siempre y hasta siempre tu amigón,

Pablo

(Y así, con muchos ejemplos que podemos entrever no más mirar las carátulas de la salsa.)

Al texto de mi marco teórico, habría que agregar lo que se me aconsejó por parte de los jurados y director de tesis, Carlos Martín Riaño, la explicación de la metodología (ya estoy trabajando en ello). Me parece que debo mirar las metodologías que usaron otros investigadores en el tema de carátulas para hacerlo. Por ejemplo, saber qué método usó Pablo Yglesias en su recopilación en el libro ¡Cocinando!. Y seleccionar otras 2 investigaciones al respecto para poder yo proponer mi método.

Una referencia es "American Sabor", (<https://www.youtube.com/watch?v=3nXLmmyxzkc>) exposición en Miami FL sobre carátulas, no se si tiene que ver con las que ha

hecho Yglesias con "Visual Clave" en NY.
(https://www.youtube.com/watch?v=cywt_U9T7Pk).

Otra referencia es " La experiencia de ver la música según el criterio de MASA" .
Aunque esta es más acerca de la metodología de diseño.
(<http://www.eluniversal.com/aniversario-104/130613/la-experiencia-de-ver-la-musica-segun-el-criterio-de-masa>)

Encuentro también esta gran biblioteca de 67 libros de carátulas de álbumes , en:

https://openlibrary.org/subjects/album_covers

Esta de 45 RPM (Se muestran casi todas las páginas bellísimas del libro en:
Amazon: <http://www.amazon.com/gp/product/1568983581?tag=openlibr-20>)

Un paso a seguir después de hallar algunas categorías importantes es una análisis a nivel gráfico como tipografías, texturas, color, fotografías, conceptos, personajes, etc, que se pueden ejemplificar en este trabajo de portadas de "Avengers", realizado por Wall Street Journal. Se coloca el mouse sobre el plano cartesiano y te da información de qué personajes han aparecido al lado de otro a través de los años:

<http://graphics.wsj.com/avengers-team/>

En el texto que te envió, se encuentran antecedentes relacionados con la historia de la música latina, y debo reforzar los antecedentes del diseño en general y los de las carátulas de la salsa en específico, por lo que es importante conocer el material que me puedas llevar a Cali y yo poder fotografiar o escanear.

Se me ocurre también que sea posible entrevistarme con tu ayuda con algunos coleccionistas como Gary Dominguez, Daniel Olarte, vos mismo, y otros que me puedan aportar conocimiento en este ámbito.

Sin más, me despido mi viejo amigo y nos vemos en Cali. Te llamo mañana en horas de la mañana de Colombia.

Carlos Aranzazu López

D.G.

E. Anexo: Transcripción entrevista a José Arteaga sobre el tema de carátulas de la Salsa.

ENTREVISTA JOSÉ ARTEAGA

“Bueno esto del coleccionismo, más allá de las carátulas fue como una generación en la que había algunos veteranos, unos más viejos que otros, pero realmente fue una generación de... los que te digo: Santana, el vale y Carlos Deyby, que son los de Medellín... Marengo Better, Mariano Candela de Barranquilla y Rafael Ba... también de barranquilla. Luego estaban de Cali sí que habían un montón! : Alejandro Ulloa, Gary Domínguez, Medardo Arias, Humberto Valverde, una gran generación... En Cali se vive el coleccionismo de una manera muy especial, se vive de una manera distinta de cómo se vive aquí en Bogotá. Y luego aquí en Bogotá pues está finalmente un grupo de gente de la que estarían Cesar Paganó, por un lado, estaría Moncho Viñas, por el otro y estaría toda la gente que hizo época en el sur de Bogotá... Ismael Carreño es uno de ellos, entraría Toledo, aunque Toledo es un poco más joven... en fin, creo que son los principales para tener información sobre coleccionismo, porque hay otros señores veteranos y todo que coleccionan muchísimo y que tienen una gran discografía, pero que han tenido siempre la manía de mantenerse ocultos... esta es otra de las características especiales: solo aparecen en los momentos en que hay algún encuentro que se anuncia como la posibilidad de ver algo distinto, algo escondido o algo especial... solo aparecen ahí y no vuelven a decir nada... entonces creo que estos que he mencionado digamos que son como los representantes de los que han tratado de mostrar algo a saber de sus propias colecciones ; y esas colecciones básicamente están conformadas por discos de vinilo o acetatos, porque el vinilo tiene un manejo artístico, quizá por su tamaño o porque vivieron una época muy especial –me refiero a la música Latina- que pasaron por diferentes etapas de creatividad y se apoyaron también en diferentes especialistas, cada casa discográfica ... me refiero exclusivamente a la salsa; por ejemplo había un sello sub filial de Fania que se llamaba INCA. INCA trabajaba exclusivamente con un señor que se llama Ron Levine que vive todavía en Nueva York, está retirado pero vive todavía y era un creativo importante y básicamente estuvo todo el tiempo con él. De Fania Records, exclusivamente lo que salió como Fania era básicamente un trabajo que primero lo comenzó a hacer con sus propias manos Izzy Sanabria que vive en Miami, que está retirado y un poco trastornado de la cabeza, pero él hacía todo; el dibujaba porque era dibujante, luego lo contrataron como director creativo y comenzó a liderar también toda la parte fotográfica, entonces gracias a eso se generaron una serie de referencias importantes, pero hablo exclusivamente de Fania. Luego tenían otra serie de personas trabajando para las otras filiales que eran....

Y con Alegre precisamente comenzó a trabajar Izzy Sanabria que es digamos como el gran representante de todo esto, como dibujante. Hubo una serie de carátulas por ejemplo, que son bastante representativas de una época de él como dibujante que es la serie de la “Alegre All Stars “o la agrupación de estrellas que nació en el 62’ y desapareció en el 67’; en

esos cinco años él hizo, creo, que cinco o seis carátulas siguiendo un poco la tendencia de los cómic de aquella época. De comic había una escuela enorme, una serie de vanguardistas importantísimos en la ciudad de Nueva York y él siguió un poco eso... recuerdo una que es básicamente siguiendo Big Tracy que era como una aventura con los músicos como protagonistas de una historieta, una carátula en la que a alguien le robaban un instrumento musical y un investigador privado "Tracy" iba buscando el instrumento, que al final encontraba..."

Carlos: y una historia interesante fue que salió primero el volumen uno, dos y después el cuatro, dando a entender que el volumen uno, el volumen dos y el volumen cuatro, pero el volumen tres nunca aparecía, y era una estrategia...

"Ese tipo de estrategias comerciales fueron bastante usuales, Sanabria era bastante creativo y tenía muy buenas ideas. Cuando llega a Fania, no se puede concentrar exclusivamente en hacer dibujos (con todos los dibujos fue bastante importante) para los primeros discos de la primera orquesta que grabó con Fania, la orquesta de Johnny Pacheco y su Tumbao, era una silueta de un flautista, un flautista completamente amorfo, no se sabe su sexo ni nada, si es ella o él, como el Oscar, como la figura del Oscar, pero inclinado tocando la flauta. Y esa creación no solamente sirvió para identificar a los discos de Pacheco, sino también para identificar a Pacheco, entonces en ese sentido me parece que Sanabria era excelente. Y luego, como les digo, es contratado para director creativo y claro tiene que jugar más con otro tipo de creaciones. Como estamos hablando de finales de los 60', comienzos de los 70' principalmente, la producción de Fania Records era enorme; a partir del año 71, a partir del concierto del Chita, empiezan a producir y producir sin cesar en Nueva York y eso hace que Sanabria tenga que multiplicarse y empezar a buscar alternativas por todos lados..."

El disco se busca de Willie Colón... FBI

Él así como le había entregado una imagen de pequeño flautista a Johnny Pacheco, le creó una imagen de malandro, de malo, gánster a Willie Colón. El primer disco de Willie Colón se tituló "El malo", pero la fotografía que tenía la carátula no tenía ninguna referencia a que él fuera algún personaje malo, sin embargo la gente se quedó con esa imagen... el malo fue una referencia más conocida que el propio nombre de Willie Colón. Entonces a partir de eso Sanabria comenzó a hacer todas las carátulas que tuvieran que ver con eso, con su imagen de gánster, entonces aparecía él detrás de las rejas de la cárcel, aparecía él como testigo de un juicio por alguna cosa especial y aparecía como protagonista de una fuga de una cárcel y eso hizo que se fueran como a un potrero, a sacar una serie de fotografías de todos los integrantes de la orquesta como evadidos de la cárcel, con su uniforme y todo eso, hasta que encontraron una que era la ideal, pero como no les convenció mucho entonces pasaron esa fotografía a la contra carátula (donde ellos están intentando evadirse) y en la portada crearon un "ante" como la búsqueda de cualquier narcotraficante de nuestra época; se busca vivo o muerto, Willie Colón armado con trombón y peligroso... y crearon como un cartel, un poster de "se busca", entonces pusieron, FBI, WANTED y Willie Colón, ese era el título más la fotografía, las huellas digitales y todo eso. Claro el disco sale a la calle y automáticamente el FBI interviene a las carátulas; no demanda pero si quiere cerrar Fania, porque estaban usando de manera comercial un nombre que no tienen porque usar en ningún apartado comercial. Entonces ellos se ven obligados a recoger las carátulas

y volver a reimprimir todos los cartones con FIB, cambiando simplemente el nombre y todo el texto distinto... no sé que sucedió con todas las carátulas originales, si tuvieron que modificarlas encima, poniéndoles algo ó tuvieron que quemarlas y desaparecerlas por orden del FBI que parecería ser lo más lógico. Entonces obviamente las pocas carátulas que se alcanzaron a vender, unas 50 o 20 si acaso, pues hoy son una joya de coleccionistas. Esos son los puntos que hacen que todos estos personajes escondidos que no dan nunca la cara, señores mayores, aparezcan de vez en cuando en los encuentros de coleccionistas para ver si por alguna razón hay carátulas como las que les cuento, que tienen algún elemento peculiar, están por ahí.

Sanabria siguió creando cosas. Su segunda bastante creativa fue la de “Indestructible”, la de Barreto... Ray Barreto tenía una orquesta, pero como el señor no solamente se dedicaba a la salsa sino que también colaboraba como Conguero para agrupaciones de jazz, entonces solía pasar muchas temporadas en que los integrantes de su orquesta, se quedaban sin trabajo y eso obviamente los molestaba, entonces en una de esas se revelaron, algunos de sus músicos y decidieron irse. Entonces eso fue un trauma para Barreto y le costó muchísimo trabajo recuperarse; grabó un disco de jazz con ayuda de un músico pastuso muy amigo de él que se llamaba Eddy Martínez, y en ese disco, consiguió una nueva serie de músicos para formar una nueva orquesta. Entonces, con esta historia a Jerry Masucci, director de la compañía Fania y a Izzy Sanabria, director creativo de Fania, se les ocurrió que tendrían que manejar una puesta en escena como volviendo a los escenarios de la salsa que le diera fortaleza, que dijera “sigo siendo bastante fuerte”, “sigo siendo bastante importante... estoy por encima de todas las dificultades que se han presentado”... de ahí nació el nombre de Indestructible y para acompañarlo entonces a Sanabria se le ocurrió que debía tener una referencia con un superhéroe y el superhéroe por excelencia pues era Superman. Además Barreto era en apariencia física un hombre bastante imponente, entonces funcionaba mejor superan que apiernan y funcionaba mejor que Batman y cualquier otro... Barreto no estuvo de acuerdo y le dijo que eso le parecía una tontería, que se inventara un dibujo y le pusiera el nombre de Indestructible y ya está, pero realmente insistieron e insistieron hasta que Barreto a regañadientes se hizo toda la sesión fotográfica, como si lo hubieran filmado desde que el estaba como Clark ken, con gafas y todo eso hasta que se va quitando todo, se va desordenando, se va abriendo la camisa y la mejor era pues el punto intermedio que era él abriéndose la camisa y mostrándose como Superman. La carátula más exitosa de la historia de Fania simplemente con ese concepto y tal vez uno de los mejores discos que grabó Barreto.

Con esto quiero decir que Izzy Sanabria hizo un magnífico, después el paso del tiempo hizo que llegaran las peleas, llegaran los problemas internos y todo eso hizo que él se dedicara más bien a otras cosas: a la presentación como locutor de los conciertos de Fania, que desatendiera muchas de las realizaciones de Fania Records y que Fania Records se viera en la tesitura de ir contratando otros personajes.

Paralelo a toda esta historia de salsa, estamos hablando de mediados de los 70, el mundo de la música tenía una gran creatividad a nivel de trabajo, especialmente en los discos de Rock. Los discos de Rock eran muy conceptuales y tenían un trabajo elaboradísimo, además tenían mucho dinero; contrataban medios de publicidad excelentes, liderados por unos fotógrafos de estudio tremendos y diseñadores gráficos muy famosos... y el jazz tampoco se quedaba atrás, el sello verde que era uno de los principales... el jazz jugaba más con la

fotografía, el rock jugaba más con la creación en general. En la medida en que los conflictos con Sanabria se fueron haciendo más grandes pues a Masucci no le quedó más remedio que acudir a otras agencias... firmas. Entonces se iba a la Columbia, que en ese entonces era la CBS, hoy absorbida por Sony Música para buscar recursos creativos que les pudieran dar y encontraron de verdad gente muy buena.

Juan Pachanga ya entra en otra dinámica de creaciones... ya son fotógrafos y creativos neoyorkinos muy importantes...

En el fondo lo que sucedía es que los grandes creativos se especializaron, porque ya el creativo que trabajaba para el sello de rock, también trabajaba para el sello de jazz, también lo hacía para el sello de salsa y sin lugar a duda trabajaba también para otros dos fenómenos de la época que eran el Soul Ritm & Blues, es decir estamos hablando de Stevie Wonder, de *Marvin Gaye*, Aretha Franklin... de todos estos grandes de la música negra que también tenían que mostrar una imagen muy importante para ellos; lo que estaban diciendo en el soul, es de alguna manera como de impacto musical, como el padre o el padrino del hip hop, las letras eran súper importantes y si no reflejabas en la carátula lo que querías decir, pues entonces estaba un poco perdido el mensaje con respecto al público, perdían clientes mejor dicho, no bastaba para el comprador de Soul ver a su músico en carátula, había que percibirlo de la manera como era eso; por eso Isaac Hayes siempre estaba calvo, siempre estaba con gafas oscuras, siempre estaba en un ambiente de gueto, negro... eso era súper importante.

Y la otra música que era lo que estaba de moda en ese momento, que era lo que hoy se conoce como Funky, en ese momento se conocía como música disco y era todo lo que generó el Saturday Night Fever de los Bee Gees, Kool and the Gang y de toda esa gente... que estos sí iban más por ser absolutamente comerciales a la idea que ya habían desarrollado los creativos de rock que desarrollaron unas carátulas muy bien realizadas. Ahí es que aparece Ron Levine el que decía yo que había sido importantísimo para el sello INCA, filial de Fania Records; Ron Levine era un dibujante tipo... , cesar, éstos a los que les gustaba mucho la cosa histórica y decidió de buenas a primeras decir –oiga para la Sonora Ponceña me gustaría un concepto de conquistador, de una referencia histórica muy concreta y directa-. Así fue naciendo un poco, esto fue derivando mejor dicho en una historia” fantástica” se podría llamar eso...

Los Corraleros de Majagual y toda esta gente siguen manteniendo eso... Pedro Lara y sus pelayeros ... pero poco a poco se va desatendiendo; empiezan a ver que el disco se vende por sí solo, que no hay que hacer mucho esfuerzo y entonces básicamente lo que conservan son conceptos... los 14 cañonazos el concepto de la vieja buena en vestido de baño, simplemente es una variación de un concepto que se ancló en ese momento. Y yo creo que cuando llega la salsa ya está en el ambiente la idea de que no vale la pena esforzarse.

Con respecto a discos fuentes, a pesar de que en los 60 por ejemplo, ellos tuvieron un buen volumen de competencia por parte de Phillips y en los 70 por parte de Sonolux, esa falta de esforzarse por ello también hizo que los propios músicos tampoco impusieran sus reglas. Que yo recuerde, lo que marca todas las carátulas en Colombia, de músicaailable al

menos, es el rostro del músico, pase lo que pase porque básicamente lo que interesa vender es la pieza, no el concepto de lo que está sucediendo. Quizás en algún momento Niche si acaso cuando estaba con “Esto me huele a matrimonio” que a lo mejor buscaban un dibujito alusivo al matrimonio... “Tapando el hueco”, alguna cosa así como muy especial, pero Niche ya estaba muy bien, ya vendía por sí solo... entonces aceptaban ideas y todo eso pero en general no. Yo creo que sí hubo un estancamiento y en ese estancamiento se está todavía. Ahora, quizás (pero no es proveniente de las orquestas de salsa) la 33 tiene un poco más de sentido lo que hace, derivado más bien de esos pequeños ensambles de Pull Jazz, de pequeños cuartetos que han ganado premios. Lo cierto es que gracias a ellos ha habido como un nuevo concepto, a lo cual ha ayudado también que las carátulas empiecen a ser trabajadas para combatir un poco la piratería y que ya sean todas hechas en cartón, que ya no tengan que recurrir tanto al plástico, a la caja tradicional, sino que busquen otras cosas. Pero son novedades absolutamente del siglo XXI y aquí hay de alguna manera dos décadas perfectamente perdidas en cuanto a la expresión.”

Carlos: ...No se trabajan conceptos en las carátulas

“No. Empieza a mirar... qué sé yo, el Tango, Gardel en la carátula, por decir algo clásico... pero ahora bien, en el tango moderno Piazzolla me hace acordar de una cosa: los últimos trabajos de Piazzolla fueron hechos para una firma de un tipo canadiense-estadounidense que se llama Kip Hanrahan, un productor muy importante en el mundo del Jazz que creó el concepto “conceptual”; entonces con conceptual, como nadie sabe exactamente qué significan ciertas cosas, entonces él lo define como conceptual – estoy dando una citación completamente simplista del término conceptual pero para este caso sirve-. Lo que se sale un poco de la norma él lo hace. Entonces él comenzó a sacar una serie de artistas muy importantes, tanto del Hip Hop como del Latín Jazz y en este caso de un “tango jazz” por así llamarlo de Piazzolla, en el que no había ninguna referencia, la única referencia que había era la que obligaba el SIC, creo que se llamaba, el Sistema Internacional de Comunicación, que es poner el número de referencia del disco y no más, pero de resto, ni siquiera el título del personaje, ni el título del disco, ni el título de las canciones ni nada, se presentaba simplemente con su número de serie una carátula completamente distinta para cada uno y era buenísimo porque había un artista que se llamaba **Daniel James** y era una especie de sombra su rostro, apenas se identificaba entre penumbras y claro tenías que ser un fan de este músico o bien de su música para adquirir ese trabajo, porque no había ninguna referencia, es más te podías llevar la perfecta sorpresa de que fuera una recopilación – es una cosa que le pasa a uno, si no lo escucha es una recopilación de cosas que ya se tienen-. Así lo hizo con Piazzolla, y así lo hizo con Jerry González, con Giovanni Hidalgo, Xiomara Laugart con una infinidad de artistas de Jazz latino, y lo sigue haciendo porque él sigue produciendo cosas muy interesantes; creo que la única cosa que él tiene con título así como especial es cuando el crea ... 2 . Él tiene una banda sonora de un cortometraje que se llama Piñero, ahí sí que le tiene que poner el título... y el otro creo que es cuando él crea una agrupación con todos estos artistas que les he mencionado y se llama Big Rumba o algo por el estilo, entonces ya tiene que acudir al nombre de Big Rumba para mencionarlo, pero no hay en la carátula ninguna cosa, son muy especiales, muy conceptuales... esa es de las cosas más extrañas que me he topado.

Pero lo curioso es que como el público del jazz es un público tan reducido y al mismo tiempo tan fiel, entonces lo que hace es que siempre está buscando novedades y las encuentra pues en los sitios donde saben ellos que van a estar esas novedades y lo que se creó con este concepto de Hanrahan es un público fiel a la casa discográfica; todo lo que saliera nuevo era perfectamente adquirible, además porque el concepto ya de contenido musical era una cosa soberbia! ... Rubén Blades participó 30 segundos recitando una poesía de César Vallejo, una cosa muy especial.

El propio Barreto por ejemplo, es un músico que se hartó de la salsa, en la medida en que la salsa empezó a perder a comienzos de los 80, parte de su sentido, de creación musical, de mostrar solos de piano, de trompeta, en aras de mostrar algo mucho más de baile y en gran medida apoyado por una discográfica que empezó a perder un poco sus valores de identidad, entonces personajes como Eddie Palmieri o Ray Barreto se hartaron y empezaron a dedicarle más horas de su tiempo al jazz y terminaron trabajando exclusivamente jazz. En el jazz pues por obvias razones volvieron a encontrarse no solamente con sus viejos amigos, que nunca habían abandonado el jazz, sino también con unas casas discográficas que cuidaban muchísimo el diseño en aras de mostrar los contenidos y ahí sí que un personaje como Barreto se sintió mucho más cómodo. Aquí existen infinidad de conceptos porque aquí las casas discográficas o son del estilo de “vamos a trabajar: cuál es la nueva tendencia gráfica del momento? Pues es el hiperrealismo...” vale vamos a trabajar carátulas sobre hiperrealismo, entonces se ve que toda una serie durante tres años son de hiperrealismo, ó gente que no se puede dar ese lujo, porque para eso se necesita estar muy seguro de sus ventas, estar muy seguro en el sentido comercial, pequeñas casas discográficas, por ejemplo una casa neoyorquina que se llama schelsky, es de dos hermanos, de Norman y David Schelsky, Norman es el productor, David es el músico; ellos empezaron a sacar de forma independiente, es decir, norman producía los discos que David interpretaba. Y las carátulas eran básicamente pensadas para el público y eso era una cosa muy buena porque se hacían para el público que gustaba de David Schelsky, y ese público era de las pequeñas terracitas del soho neoyorquino, que era fácil de identificar. El Soho neoyorquino es un barrio, dentro de un barrio, entonces era muy fácil de identificar que era un tipo de público cool , quizás un poco femenino, un poco gay, entonces habían unas pinturas, unas acuarelas muy bonitas con un gato encima de un piano y claro! Supremamente atractivo, perfecto para esa gente; en la medida en que Schelsky fue avanzando y ya no solamente producían los discos de David, sino que producían los discos de Patato Valdés, Cándido Camero, Paquito D’ Rivera y una serie de artistas más, pues esto fue ampliándose y también el concepto gráfico fue girando hacia otras tendencias. Entonces como ellos seguían trabajando en ese sector de Manhattan, mostraban pequeñas imágenes que fueran de referencia, por ejemplo ellos grabaron un disco con, lo mismo que descubrieron los Beatles a comienzos de los 60, que la mejor acústica de cualquier sitio son las iglesias, no sé que tienen pero las iglesias tienen una acústica excelente, entonces consiguieron una iglesia donde grabar un producto, hicieron un disco grabado ahí y mostraron en la carátula un pedacito de la iglesia por dentro, pero como era gente del barrio, del mismo sector, era identificable ese pedazo de iglesia para todo el mundo, quizás porque era gótica, porque no había otra igual o lo que fuera; trabajaban mucho auscultando a su propio comprador . Pero son cosas bastante especiales que creo yo que solamente en el jazz se pueden dar por este concepto que les digo, porque es más fácil de identificar su público que en otra música más universal; en el

caso de la salsa es difícilísimo, no se podría hacer eso, a menos de que tiendan a romper un poco los esquemas y te llames la 33 que aciertan con algo que les resultó, apostaron a una sola carta y les resultó genial...

Diana: Dentro de las temáticas que se llegan encontrar más recurrentes en las carátulas de esa época ¿cuales se podrían nombrar?

A mí la tendencia de Willie Colón como el malo, todas me parecen muy buenas. Ahorita Fania Records está comenzando una serie de trabajos... en unas fincas viejas, como una bodega, encontraron una serie de materiales inéditos entonces ellos lanzaron una serie que se llama "Masterworks", son los mismos discos remasterizados de hace 30 años pero con dos o tres temas inéditos que se habían desechado, se incluyen ahora como un bonus track... El primer masterworks fue "siembra". Siembra es el disco por excelencia, el número uno, el antes y después el santo grial de la salsa; y esa carátula es curiosa porque por primera vez le hacen caso al músico con su propuesta. Antes era o el director creativo o el director de la compañía el que imponía las reglas, siempre eran ellos los dictadores que decían —es esto—. Después apareció un tipo como Ron Levine y como él ya era un artista, un gran personaje, pues claro que ya no le podían decir que no. Pero por primera vez en siembra, hablo de 1978, es el músico el que logra hacerlo. A Rubén Blades se le ocurre la idea de que siembra quiera recoger un poco todo el sentir del pueblo latinoamericano, y de hecho en siembra lo que están mostrando es eso; "siembra lo que vas a cosechar", que es su primera gran referencia al pueblo latino y como es difícil mostrar algo tan grande, a menos de que muestres un mapa, y un mapa no te va a dar una idea, es muy difícil trabajar un mapa desde este punto de vista porque puedes caer en lo obvio, entonces él decide niños: los niños son la esperanza, los niños son el futuro... podemos poner a un niño indígena, a un niño negro, a un niño blanco y entonces decir "los niños son todas las razas" y perfecto!

Entonces como eran músicos jóvenes, treintañeros casi todos los que grabaron ese trabajo, todos tenían niños pequeños y si no pues el hermano del trompetista tenía algún bebé, los llamaban... y creo que fue una novia de Rubén Blades—ahí estoy especulando— creo que fue la fotógrafa que estuvo trabajando... y costó mucho puesto que poner más de dos niños, más de dos bebés juntos para una foto... bajo unas luces y sonrían!...

Diana: ¿pero aquí en Colombia se ha trabajado algo así?

Que yo me acuerde, no. Y es más, creo que Siembra rompió un poco el molde también para la música colombiana pero curiosamente no lo rompió en ése sentido. Ahora, la carátula de Siembra fue criticadísima porque a la gente le parecía que la salsa que siempre ha representado el mundo del barrio latino y ese mundo es agresiva por excelencia, entonces pasar desde ese concepto súper fuerte a trabajar algo tan "cándido", les parecía que no debía ser. Pero funcionó.

El segundo disco de Masterworks era "Indestructible" como ya les había dicho...

El tercero fue "el juicio" de Willie Colón, como les digo Willie Colón está atado a esa otra idea de el malo y una de esas etapas del malo es el juicio, en este caso se trató de un dibujo porque no era tan fácil ubicar fotográficamente una sala de un jurado y con los músicos

puestos ahí; uno de testigo de cargo, otro de acusado, otro en caso de juez, que ya lo habían utilizado antes y les parecía que era el repetitivo, entonces contrataron a un dibujante... recuerdan ustedes que en todos los juicios siempre hay un retratista. Apoyado en esa idea Izzy Sanabria hace una carátula. Se hicieron muchos dibujos y solamente escogieron ese, pero que la idea que acompañe a un solo músico en 5 ó 6 discos que vaya a grabar.

El cuarto fue “Vámonos pal monte”. Éste tiene una dificultad añadida y es el concepto de los discos de concierto. Cuando se trata de discos de concierto, solamente se puede optar por la fotografía del concierto en sí mismo que ya trasladarla a una imagen es complicado y no tienes tampoco muchas variaciones de recurso, o te ubicas detrás con el músico de espaldas y al fondo el público ó lo haces con el músico de frente tocando en el escenario, pero no existen muchas variaciones... una panorámica general, pero en esta se pierde bastante en un tamaño tan reducido... en fin. Entonces ellos hacen otra cosa que es una silueta del escenario, y es que en este caso el escenario lo valía, era bastante identificable, la cárcel de Sing Sing, una cárcel famosísima de comienzos del siglo XX, donde estuvo Al Capone y estuvo una cantidad de personajes que han rodado N cantidad de películas; allá fueron muchos artistas, no solamente de salsa sino en general de música afroamericana a tocar y uno de esos conciertos por pedido incluso de los directivos de la prisión fue Eddie Palmieri, entonces la carátula de Eddie Palmieri en un disco de unos temas muy largos, de 10 u 12 minutos, no podían salir en un acetato (el acetato tiene unas limitaciones bastante evidentes, no superan los 50 minutos y queda ajustadísimo) entonces le sacaron dos discos, volumen 1 y volumen 2, de el “Live at the Sing Sing”, además esto tenía que ver con un nuevo concepto en su música por parte de Eddie Palmieri, que quería su hermano Charlie lo acompañara siempre tocando el teclado, que quería un coro atrás de música negra, tipo góspel, hacer un montaje grandilocuente, llevaron un poeta neoyorkino Felipe Luciano... Entonces lo que desarrollaron a nivel gráfico era lo que tenían que hacer.
Carlos: ” es la foto de las murallas de la cárcel

Glosario

All Star. Tipo de formación orquestal compuesta por varios músicos que se consideran los mejores en cada instrumento. Por lo general, su asociación depende de circunstancias especiales como las geográficas (Puerto Rico *All Stars*) o las empresariales (Fania All Stars). (Arteaga, 1994)

Asalto. Conjunto musical de la tradición puertorriqueña que se conforma para la interpretación de Aguinaldos durante las fiestas de navidad. En Asalto es de carácter urbano. (Arteaga, 1994)

Azúcar. Expresión usada por la cantante Celia Cruz para motivar al público en sus presentaciones. (Arteaga, 1994)

Banda. Formato orquestal más grande que una orquesta, donde se duplica el número de instrumentistas en la sección de metales o vientos. (Arteaga, 1994)

Barrio. Sector urbano caracterizado por un denominador común que puede ser arquitectónico, topográfico o social. En Nueva York se denomina Barrio al área latina del East Harlem, lugar de asentamiento de los inmigrantes puertorriqueños. Sin embargo, el Barrio es también sinónimo de los sectores del East Bronx y del East Manhattan, llamado también Loisaida. (Arteaga, 1994)

Bembé. Fiesta celebrada con toques de tambor para las deidades yorubas. Dicha fiesta se celebra con instrumentos especialmente contruidos para la ocasión con troncos de palma de un solo parche clavado. (Arteaga, 1994)

Cencerro. Instrumento de percusión de metal también llamado Campana, del cual se dice que es una imitación de un instrumento cubano denominado Ekón. De forma triangular, el Cencerro es ser interpretado en el Son dando tres golpes secos con un palo pequeño. Suele usarse de forma independiente por parte del bongocero, o complementaria por parte del timbalero. (Arteaga, 1994)

Combo. Tipo de agrupación musical desarrollada en Cuba y Puerto Rico a comienzos de los años cincuenta. Su nombre es tomado de los *Combinatios* norteamericanos y está conformado por ocho personas que interpretan: piano, bajo, trompeta, saxo, tumbadoras, timbales, bongoes y voz. (Arteaga, 1994)

Conjunto. Tipo de agrupación que alcanzó su desarrollo a mediados de los cuarentas en Cuba y Puerto Rico. El conjunto ha llegado a ser el punto de desarrollo inmediatamente superior al septeto de Son cubano, gracias a la incorporación de la tumbadora. La Salsa es tocada, en su mayoría, por conjuntos. (Arteaga, 1994)

Charanga. Tipo de agrupación cubana llamada también Orquesta Típica o Francesa. Su origen se debe a la inclusión de instrumentos europeos más idóneos para la interpretación del Danzón, tales como los violines y la flauta. Los ritmos derivados del Danzón, como el Chachachá, son tocados por Charangas, aunque el nombre se popularizó en los sesentas gracias a la controversia generada en Nueva York por su similitud nominal con la Pachanga. De tal forma, el tema famoso de Joe Quijano, «*La Pachanga se baila así*», decía: Hay una discusión en el Barrio de cómo se baila pachanga. Hay una confusión en el barrio, que creen que charanga es pachanga. Una charanga es la orquesta que está de moda y una pachanga es el baile que se baila ahora. (Arteaga, 1994)

Descarga. Sesión musical hecha para improvisar y llamada por los jazzistas, Jama Session. Por lo general, en estas sesiones privadas, se toma una melodía o montuno como base y se la amplía con improvisaciones consecutivas. (Arteaga, 1994)

Grammy. Premio otorgado anualmente por la Academia de Música Americana a los principales intérpretes y compositores modernos, de acuerdo a su éxito comercial y calidad musical. Desde 1975 en la ceremonia de los Grammy se conceden tres premios especiales para música latina: folclor, romántica y tropical. (Arteaga, 1994)

Guacharaca. Instrumento colombiano de percusión menor elaborado con el tallo de una planta llamada Uvita de Lata y que es de uso común en la música vallenato. La Guacharaca no excede los 40 ms. de largo y lo largo tiene una serie de estrías o hendiduras que se raspan con palo o metal. Siendo de diámetro muy delgado, la Guacharaca se sostiene abriendo la mano por completo y colocando los dedos pulgar y meñique en los extremos de un hueco abierto en la mitad del tallo. Su nombre proviene de un pájaro llamado Guacharaca o Pava Silvestre. (José. Arteaga, 1994b)

Guateque. Llamado también Canturia, el Guateque es una reunión de gente o fiesta de origen campesino en Cuba. (José. Arteaga, 1994b)

Gueto, Ghetto: Situación o condición marginal en que vive un pueblo, una clase social o un grupo de personas. (Real Academia de la lengua española, 2016)

Mambo. Ritmo cubano creado en 1938 como variante del Danzón y cuya estructura definitiva la desarrolló Pérez Prado a partir de la sección final del Danzón, la cual era un Montuno sincopado. Base del ritmo o piso rítmico creado para que la orquesta pueda realizar una pieza musical en toda su extensión. El Mambo se hace con la pauta marca por la Clave y seguida por los instrumentos de percusión. Se conoce también como Moña o Diablo. (Arteaga, 1994)

Montuno. Variante del Son cubano cuya marcación en Clave es de 3-2. Creación rítmica y melódica corta, generalmente tocada por el piano en mitad de una pieza de Salsa. En el Montuno se alterna un compás débil con uno fuerte. En 1938 el bajista cubano Orestes López incorporó un Montuno sincopado a la sección final de un Danzón, lo que se llamó desde entonces Mambo, aunque recibe también otras denominaciones como Capetillo y Diablo. (Arteaga, 1994)

Orquesta. Formato instrumental de uso común en el Caribe y conformado por cuatro secciones: la primera de ritmo (congas, timbal y bongos), la segunda de teclas y cuerdas (piano y bajo), la tercera de vientos o metales (trombones, trompetas o saxos, aunque pueden incluirse, en el caso de las charangas, violines), la cuarta de voces (cantantes con maracas, claves o güiro), y la quinta libre (vibráfono, flauta, clarinete, tres o cuatro). (Arteaga, 1994)

Rumba. Complejo musical cubano, cuyo nombre proviene del término «mujeres del rumbó», que se daba a ciertas formas de prostitución en casas de baile, donde se pagaba por pieza musical y dormitorio. Al complejo de la rumba pertenecen ritmos como el Yambú, la Columbia y el Guaguancó. «Rumbear» significa hoy en día, bailar. (Arteaga, 1994)

Sabor. Concepto musical que en el Jazz equivale al Swing y que, como en la cocina, significa condimento. El Sabor es la escancia de la música del Caribe y suele denominarse también, Saoco, Feeling o Yunfa. (José. Arteaga, 1994b)

Septeto. Agrupación cubana creada por Ignacio Piñeiro en 1927 y derivada del clásico sexteto al que se le agregó una trompeta. Muchas agrupaciones de este tipo, incluyendo al famoso Septeto Nacional, le dieron al Son su definitivo carácter instrumental a partir de esta formación. (José. Arteaga, 1994b)

Sexteto. Existen dos tipos de sexteto: el conformado en Cuba a comienzos de siglo para tocar Son e integrado por tres, guitarra, botija, claves, maracas y bongos, y el formato instrumental de los sesentas en Estados Unidos hecho para Latin Jazz y Salsa, integrado por piano, bajo, timbales, congas, vibráfono y voz. (José. Arteaga, 1994b)

Sonora. Formato orquestal caracterizado por una variante en las secciones de viento y voces, donde se elimina una de las trompetas y se agrega otra voz al formato de la orquesta tradicional. El conjunto más famoso de este formato es la Sonora Matancera. (Arteaga, 1994)

Spanglish. Fusión lingüística del español y el inglés usada como una forma de defensa cultural por parte de los latinos que viven en Estados Unidos. (Arteaga, 1994)

Bibliografía

Acy Lehman - Who's Who in RCA VideoDisc. (n.d.). Retrieved from

<http://www.cedmagic.com/mem/whos-who/lehman-acy.html>

Agencia EFE. (2014). En New York renombran calle en honor a CHARLIE PALMIERI | ...: La Prensa

Salsera :... Retrieved from <http://laprensasalsera.com/en-new-york-renombran-calle-en-honor-a-charlie-palmieri/>

Aranzazu, C. (2009). Frankie Dante, Me quieren Crucificar. Retrieved from

<http://www.salsajazz.com/index.php/component/content/article?id=197:frankie-dante-me..>

Aranzazu, C. (2016). Portadas de la Salsa. Retrieved November 9, 2016, from

<http://salsajazz.com/portadas/index.php>

Arteaga, J. (1994a). *Música del Caribe*. Editorial Voluntad. Retrieved from

<http://www.salsajazz.com/index.php/diccionario>

Arteaga, J. (1994b). *Música del Caribe*. Editorial Voluntad.

Arteaga, J. (2010). WILLIE COLÓN: EL BAQUINÉ DE ANGELITOS NEGROS | La Hora Faniática.

Retrieved from <http://lahorafaniatica.gladyspalmera.com/willie-colon-el-baquine-de-angelitos-negros/>

Arteaga, J. (2011). El Club Cheetah, nuestra Cosa Latina, 40 años después. Retrieved September

24, 2015, from

http://herencialatina.com/El_Cheetah_40_anos_del_gran_Suceso/cheetah_club_Nuestra_Cosa_Latina.htm

Arteaga, J. (2011). JOE BATAAN: SAINT LATIN'S DAY MASSACRE | La Hora Faniática. Retrieved

from <http://lahorafaniatica.gladyspalmera.com/joe-bataan-saint-latins-day-massacre/>

Arteaga, J. (2013a). Eddie Palmieri – Recorded Live at Sing Sing (Tico, 1972) | José Arteaga.

Retrieved November 5, 2016, from <https://jdartega.wordpress.com/2013/02/12/eddie-palmieri-recorded-live-at-sing-sing-tico-1972/>

- Arteaga, J. (2013a). Eddie Palmieri in the park | La Hora Faniática. Retrieved September 24, 2015, from <http://lahorafaniatica.gladyspalmera.com/eddie-palmieri-in-the-park/>
- Arteaga, J. (2013b). Mongo Santamaria: Sofrito. Retrieved November 14, 2015, from <http://lahorafaniatica.gladyspalmera.com/mongo-santamaria-sofrito/>
- Arteaga, J. (2013b). No se puede creer en la caína (1). Retrieved from <http://www.salsajazz.com/index.php/9-articulos/488-no-se-puede-creer-en-la-caina>
- Arteaga, J. (2015a). A vueltas con una ilustración | La Hora Faniática. Retrieved November 20, 2015, from <http://lahorafaniatica.gladyspalmera.com/a-vueltas-con-un-logo/>
- Arteaga, J. (2015b). Salsa Nova de Pupi Legarreta | Gladys Palmera. Retrieved November 10, 2015, from <http://gladyspalmera.com/salsa-nova-de-pupi-legarreta-en-la-hora-faniatica/>
- Arteaga, J. (2017). José Arteaga: La hora faniática | Gladys Palmera. Retrieved April 6, 2017, from <http://gladyspalmera.com/programas/jose-arteaga-la-hora-faniatica/>
- BBC. (2012). El primer habitante de Nueva York era latino - BBC Mundo. Retrieved November 10, 2015, from http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/10/121004_dominicano_primer_inmigrante_nueva_york_jgc
- Billboard. (1975). Billboard Album Radio Action. *Billboard*, 84.
- Blum, J. (1978). PROBLEMS OF SALSA RESEARCH. *University of Illinois Press*, 22(1), 137–149.
- Cruz, C. (2010). Celia cruz - Historia del "Azúcar" - Televisa. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=1VuK77GrhKE>
- De, E., Edwards, L., Angélica, C., & Herranz, P. (n.d.). Estudios Urbanos – Espacio de Interdisciplinariedad.
- Discogs. (2016a). Discogs - Base de datos y mercado online de música en vinilo, CD, casete y otros. Retrieved November 5, 2016, from <https://www.discogs.com/es/search/>
- Discogs. (2016b). Mericana Records - CDs and Vinyl at Discogs. Retrieved from <https://www.discogs.com/es/label/54524-Mericana-Records>

- Fania Records. (2016). Saint latins days massacre. Retrieved from [http://salsajazz.com/portadas/resultadostextos.php?titulo=Saint latins days massacre](http://salsajazz.com/portadas/resultadostextos.php?titulo=Saint%20latins%20days%20massacre)
- González, E. E. (2001). Entrevista a Ismael Quintana. Retrieved November 10, 2016, from [http://www.herencialatina.com/Ismael Quintana/Ismael Quintana_files/Ismael Quintana.htm](http://www.herencialatina.com/Ismael%20Quintana/Ismael%20Quintana_files/Ismael%20Quintana.htm)
- Gorce, T. La. (2013). Peter Max Art That Wasn't on the Dorm Wall - The New York Times. Retrieved November 14, 2015, from http://www.nytimes.com/2013/11/10/nyregion/peter-max-art-that-wasnt-on-the-dorm-wall.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FMax%2CPeter&action=click&contentCollection=timestopics®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=2&pgtype=coll
- Graffica. (2013). Herbert Lubalin. Retrieved October 6, 2015, from <http://graffica.info/perfil-herbert-lubalin/>
- Herencia Latina. (2016). Herencia Latina Lo mejor en la WEB...¡y que lo diga la gente! Retrieved November 5, 2016, from <http://www.herencialatina.com/>
- Hillebrand, H. (1971). *Graphic designers in the USA*. Tokio.
- Hockney, D. (2012). *El conocimiento secreto*.
- John Dickie. (2004). Cosa Nostra, 90(D), 485.
- Jottar, B. (2011). Central Park rumba: Nuyorican identity and the return to African roots. *Centro Journal*, 23(1), 5–29.
- Kelley, N. (2005). R&B, Rhythm and Business- The Political Economy of Black Music cap 3 y 4.
- Lawrence, N. (2008a). *Blaxploitation Films of the 1970s: Blackness and Genre - Novotny Lawrence - Google Books*. (Taylor & Francis, Ed.) (1st ed.). New York. Retrieved from [https://books.google.com.co/books?id=1EeSAAQBAJ&pg=PT118&dq=Junius+Griffin+Blaxploitation&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi8nOvBz7jQAhVB7yYKHajBUEQ6AEIKzAC#v=onepage&q=Junius Griffin Blaxploitation&f=false](https://books.google.com.co/books?id=1EeSAAQBAJ&pg=PT118&dq=Junius+Griffin+Blaxploitation&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi8nOvBz7jQAhVB7yYKHajBUEQ6AEIKzAC#v=onepage&q=Junius%20Griffin%20Blaxploitation&f=false)

- Lawrence, N. (2008b). *Blaxploitation Films of the 1970s: Blackness and Genre - Novotny Lawrence* - Google Libros. (FAB Press, Ed.). Surrey: FAB Press. Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W7-SAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=blaxploitation+films&ots=Ssv4yrvs4a&sig=xag03dzBXzi9HvD1qxSYrIMKcY#v=onepage&q=blaxploitation+films&f=false>
- Lechner, E. (1971). La Gran Fuga – Fania. Retrieved from <http://www.fania.com/products/la-gran-fuga>
- Libcom. (2011). Palante! Una breve historia de los Young Lords. Retrieved from <https://libcom.org/library/palante-brief-history-young-lords>
- McCabe, D. (2009). *HISTORIA DE LA SALSA - LATIN MUSIC USA & PBS - YouTube*. PBS.org. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=20jLon8y6M0&feature=youtu.be&t=1h4m35s&ab_channel=CalgubeGLP
- Meggs, P. B. (1998). *A history of graphic design. Notes* (Vol. 3). Retrieved from <http://books.google.ca/books?id=nvIPV1UNcMkC>
- Melo, J. O. (2006). Contra la identidad. *El Malpensante*, (74). Retrieved from <http://www.elmalpensante.com>
- Moreno Velázquez, J. (1973). Hommy, A Latin Opera. New York: Fania Records. Retrieved from <http://www.fania.com/products/hommy-a-latin-opera>
- Moya, F. P. (1992). Manual de historia dominicana. Retrieved from Moya, Frank; Pons (1992). Caribbean Publishers, ed. Manual de historia dominicana (9 edición). Universidad de Michigan. p. 723. ISBN 9788439976813.
- Ochse, M. (2004). Discutiendo la autenticidad en la música, 21, 25–33.
- Ortiz Rodríguez, R. M. (2008). *El arte de la identidad*. Universidad de Salamanca.
- Ramos Gandía, N. (2005). Historia de la Salsa, desde las raíces hasta el 1975.
- Ramos Gandía, N. (2014). Willie Colón : l a música , los temas y las carátulas en su discografía del

- 1967 al 1975.
- Real Academia de la lengua española. (n.d.). DLE: gueto - Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Retrieved April 10, 2017, from <http://dle.rae.es/?id=JomThlo>
- Red Bull Music Academy. (n.d.). A Bronx Tale: The Story Of The Ghetto Brothers | Red Bull Music Academy Daily. Retrieved from <http://daily.redbullmusicacademy.com/2012/11/ghetto-brothers-interview>
- Redacción CiberCuba. (2016). El guateque campesino - CiberCuba. Retrieved from <https://www.cibercuba.com/lecturas/el-guateque-campesino>
- Redacción Radio Gladys Palmera. (2015). No son historias de la radio, es historia | Gladys Palmera. Retrieved from <http://gladyspalmera.com/no-son-historias-de-la-radio-es-la-historia-de-un-amor/>
- Reyes Vera, J. M., & Becerra, E. (2011). ESCENARIOS Y PERSONAJES EN LA MULTIMEDIA “CALI CULTURA SALSERA.” *Revista Nexus Comunicación*. Retrieved from <http://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/1380>
- Rigau Perez, J. (2000). Salud en Puerto Rico en el siglo XX. *PRHSJ*, 19(4), 357–368.
- Rodríguez, J. G. (2009). CHAMACO RAMIREZ, UN GRANDE Y OLVIDADO DE LA SALSA. Retrieved from <http://www.salsajazz.com/index.php/los-musicos/219-chamaco-ramirez-un-grande-y-olvidado-de-la-salsa>
- Salazar, M. (1991). What is this thing called “salsa”? *Latin Beat Magazine*. Retrieved from <http://www.salsa-dvds.com/opleiding/salsageschsalsaroots.pdf>
- Sanabria, I. (1974a). Latin Album Covers, Reflect Music’s Sophistication. *Billboard*, 27 julio(julio), 30.
- Sanabria, I. (1974b, July). Latin albums covers reflect music’s sophistication - Billboard. *Billboard*.
- Sanabria, I. (1981). *Albums covers design, the good, the bad and the ugly*. New York: Latin New York.

- Sanchez Coll, I. (2005a). Entrevista a Izzy Sanabria. Retrieved from http://www.herencialatina.com/Izzy_Sanabria/Izzy_Sanabria.htm
- Sanchez Coll, I. (2005b). Jorge Vargas, atrapado por el expresionismo alemán y el surrealismo.
- Sánchez Coll, I. (Herencia L. (2005a). "Entrevista al maestro Ely Besalel - Herencia Latina." Retrieved September 24, 2015, from http://www.herencialatina.com/Ely_Besalel/Ely_Besalel.htm
- Sánchez Coll, I. (Herencia L. (2005b). L' Efant Terrible del Arte Latino. Fantasía o Locura. Retrieved September 24, 2015, from http://www.herencialatina.com/Izzy_Sanabria/Izzy_Sanabria.htm
- Sexton, P. (1965). *Spanish Harlem : an anatomy of poverty*. New York NY [u.a.]: Harper & Row.
- Shepherd, J., & Horn, D. (2012). *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World Volume 8: Genres: North America*. A&C Black. Retrieved from https://books.google.com/books?id=__DTvyrBZkC&pgis=1
- Sloan, B. (2009). When We Were Kings director Leon Gast gives the inside story on the Rumble in the Jungle when Ali met Foreman. *The Daily Record*. Retrieved from <http://www.dailyrecord.co.uk/news/editors-choice/2009/12/02/when-we-were-kings-director-leon-gast-gives-the-inside-story-on-the-rumble-in-the-jungle-when-ali-met-foreman-86908-21866965/>
- Sullivan, J. (2012). The Ghetto Brothers, Pioneers of Hip-Hop Culture, Get Album Reissue - Rolling Stone. Retrieved from <http://www.rollingstone.com/music/news/the-ghetto-brothers-pioneers-of-hip-hop-culture-get-album-reissue-20121120>
- Tablante, L. (2001). *De la salsa del barrio a la de la industria multinacional del disco*.
- THE FILM | DOIN' IT IN THE PARK. (2012). Retrieved September 24, 2015, from <http://doininithepark.com/film>
- Vasilachis de Gialdino, I., Cossio, M. L. T., Giesen, L. F., Araya, G., Pérez-Cotapos, M. L. S., VERGARA, R. L., ... Héritier, F. (2012). *Estrategias de investigación cualitativa. Una ética para quantos?* (Vol. XXXIII). Barcelona. <http://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

- Villuendas Andrés, P. (2014). Diseño y sociedad. Cartelismo y gráfica en la Barcelona de los 1970-1990 a través de la obra de un estudio de diseño. Retrieved from <http://www.tdx.cat/handle/10803/290611#?>
- VINILO DISCOS Y CARÁTULAS DE ARTISTAS. (2011). Retrieved September 24, 2015, from <http://www.macba.cat/es/expo-vinilo>
- Visuales, B. de artes. (n.d.). U&Ic, ITC y Herb Lubalin. - blogartesvisuales. Retrieved November 5, 2015, from <http://www.blogartesvisuales.net/disenio-grafico/disenadores/ulc-itc-y-herb-lubalin/>
- Warburg, A., Warnke, M., Brink, C., Checa Cremades, F., & Chamorro Mielke, J. (2010). *Atlas Mnemosyne*. Akal. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=473817>
- Yglesias, P. (n.d.). La historia oral del álbum Harlem River Drive de Eddie Palmieri. Retrieved April 6, 2017, from http://www.herencialatina.com/Edicion_Juni_Julio_2016/The_oral_history_of_Eddie_Palmieri_Harlem_River_Drive/Harlem_River_Drive.htm
- Yglesias, P. (2005). *Cocinando!: Fifty Years of Latin Album Cover Art*.
- Yglesias, P., Reyes Vera, J., & Ulloa Sanmiguel, A. (2013). Salsa fantasía, un concepto de Ron Levine. *Revista Nexus Comunicación*. Retrieved from <http://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/2692>
- York, N. (1968). New York. Retrieved from https://books.google.com.co/books?id=iNkCAAAAMBAJ&printsec=frontcover&dq=new+york+magazine&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=new+york+magazine&f=false