

# Mensajes en los ambientes y los objetos en el contexto regional. (Caldas anterior a 1934)

Walter Castañeda Marulanda.  
Magister en Estética.  
Profesor Asociado Universidad  
de Caldas.  
Departamento de Diseño Visual.  
evaclarens@gmail.com

Recibido Agosto 15 de 2007  
Aprobado Noviembre 30 de 2007

## Resumen

Como piel de los objetos y los espacios, se vinculan formas con intenciones ornamentales que se convierten en elementos comunicativos, los cuales cifran no solo un estilo estético, sino que contienen mensajes referentes a los ideales, la moral, la religiosidad, la estética, entre otros. A partir de esto, se considera que la época en la que se enmarca la investigación: Incidencia del Diseño en el Contexto regional (Caldas), Ambientes, Objetos, Mensajes anteriores a 1934, proyectó una imagen de mundo que se verifica desde la información visual aportada por sus creaciones. Los ornamentos y los impresos se constituyen en la base para la decodificación de los mensajes inscritos en ellos.

Palabras clave: ornamento, mensaje, estilo, expresión social.

## Messages in atmospheres and the objects in the regional context. (Caldas previous to 1934)

### Abstract

As the skin of objects and spaces, the forms with ornamental intentions are united, in order to become communicative elements, that not only establish an aesthetic style, but that also contain messages regarding the ideals, moral, religiosity, aesthetics, among others. Based on this, the time covered by the research is considered: Incidence of Design in the Regional Context (Caldas), Environment, Objects, Messages previous to 1934, projected a world image that is verified by the visual information contributed by its creations. The ornaments and printed forms are constituted as the basis for the decoding of the messages inscribed in them.

Key words: ornament, message, manner, social expression.

8

### Introducción

El presente artículo hace parte del resultado de un proyecto de investigación realizado por el grupo de Investigaciones "Estéticas en Diseño Visual" de la Universidad de Caldas. El trabajo que tiene por nombre "Incidencia del Diseño en el Contexto Regional, Objetos, Mensajes Ambientes, anteriores a 1934", tuvo como propósito indagar sobre los procedimientos implícitos en la elaboración de

los elementos referidos en la investigación, así como su impacto en el desarrollo del departamento. Caldas en medio de su complejidad geográfica, cultural e histórica ha producido mensajes en diversos soportes y con variedad de materiales. Con los mensajes inscritos por los artesanos en los ambientes y los objetos, las poblaciones han proyectado las ideas, las concepciones estéticas y los acuerdos sociales que de una u otra manera se constituyen con base en sus identidades. El capítulo denominado “Mensajes en los ambientes y los objetos en el contexto regional”. (Caldas anterior a 1934) contribuye a la comprensión de la articulación de los mensajes con el entorno histórico referido, así mismo, procura contextualizar los signos gráficos e iconográficos con los contenidos que estos emiten.

Los presupuestos cronológicos e históricos que se tenían al momento de plantear la investigación, se re-direccionaron con el desarrollo de la misma. Desde la consideración de unos límites dados por circunstancias del desarrollo tecnológico en la región (el tren, la llegada de la televisión), hasta la observación del fenómeno de poblamiento en Caldas, en tiempos y ritmos que se salen de lo presupuestado originalmente. Lo anterior llevó a observar fuentes e influencias particulares para la factura de objetos y espacios. Los mensajes en su forma más compleja, se inscribieron en un momento tardío, esto es, cuando ya se disponía de recursos para destinar en ejecuciones estéticas y de lucro, es decir, hacia mediados del siglo XX.

## Método

La investigación es de tipo descriptivo, esto es, se basó en la recolección de elementos fotográficos, pesquisas mediante entrevistas y la interpretación de los instrumentos a partir de reflexiones enriquecidas por las fuentes bibliográficas consultadas. En la investigación se partió de la hipótesis según la cual, el

desarrollo ferroviario fue un elemento principal que contribuyó al desarrollo del universo cultural, iconográfico y ambiental, el cual tuvo un cierre temporal marcado por la llegada de la televisión en 1934. En ambos fenómenos se observó, de una parte, la influencia de una tecnología de intercambio comercial directo, y de otra parte, la masificación de las imágenes con la consecuente influencia sobre los productos culturales. Al plantear ese marco temporal, la investigación presupuestaba unos resultados enmarcados en productos que se podrían considerar, de alguna manera, autóctonos o al menos, fruto de desarrollos locales. No obstante, Caldas aparece como un departamento de una compleja estructura geográfica y cultural, que exhibe diferentes momentos en su desarrollo histórico.

Es así como el análisis de los mensajes se define en dos etapas: la primera, en plena colonización de las tierras caldenses, toma algunas referencias de mensajes que, por su naturaleza primaria, se asocian con la magia. Son mensajes independientes de su naturaleza formal y no se constituyen en ornamentos; a diferencia de la segunda etapa considerada en este artículo, en la que hacia 1930 se logra una estabilidad económica que permite emplear los recursos económicos en aplicaciones estéticas. Para facilitar el entendimiento de los elementos considerados como mensajes, se realizó una taxonomía de los mismos que permite separarlos como unidades independientes del soporte que los contiene y que se desarrolla más adelante.

10

## Resultados

Bajo la nominación “Mensaje” se han recogido aquéllos elementos vinculados con soportes provistos por objetos y espacios en los que las comunidades construyen formas en los ornamentos, afiches, avisos, elementos decorativos que enriquecen su apariencia y con las que se manifiestan lenguajes comunes entre los pobladores.

La Real Academia de la Lengua define un mensaje como un “Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación”, de acuerdo con lo anterior, el término involucra elementos con potencia comunicativa, constituidos en formas visuales acopladas a los soportes que sirven para la expresión y comunicación visual. Al revisar de una manera primaria la conformación de las imágenes en su estado pre e iconográfico, éstas contienen características iconográficas, lingüísticas, cromáticas, compositivas, lo que permite entenderlas en su estructura elemental, aspecto que no pasa desapercibido en la conformación de los elementos que se toman en el presente artículo como “Mensajes”. En la mayoría de los casos, esos aspectos formales se convierten en códigos y enlazan significados en relación con un contenedor mayor, con intenciones emisoras de significados, como es el caso de los objetos religiosos, o las formas dispuestas en un ambiente que se conforma a través del conjunto de elementos; o en otros casos, son sólo formas ornamentales que denotan la concepción de “lujo” de la época. También se presentan los mensajes explícitos, inscritos en soportes comunicacionales con finalidades comerciales, como son los avisos, cuya naturaleza lingüística, iconográfica y comercial les confiere el pleno carácter de mensajes funcionales.

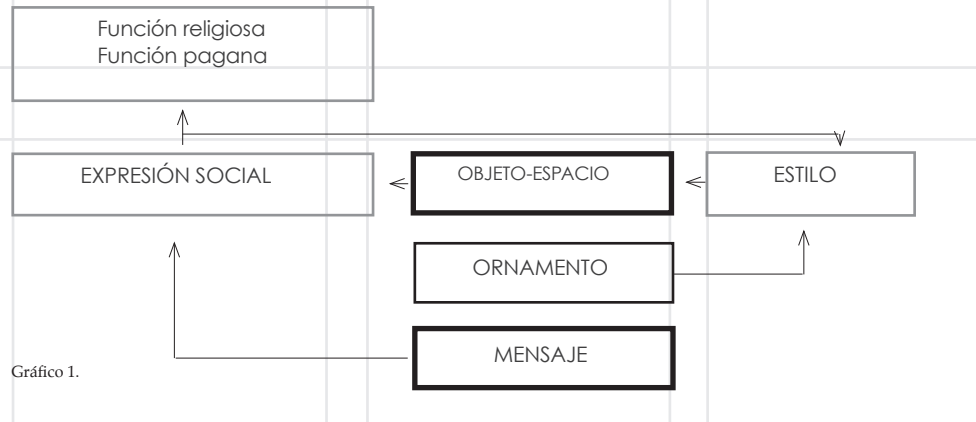


Gráfico 1.

El gráfico 1 ilustra la manera como se anclan los diferentes factores de los que depende la emisión de un mensaje en un soporte ornamental o funcional. Se puede apreciar el flujo de situaciones que involucra en su recorrido. Desde el soporte o el contenedor (objeto-espacio) se sigue que los mensajes se atan a situaciones contextuales que los definen, en su apariencia formal, estilística como en la naturaleza de sus significados. La temporalidad abordada en este trabajo investigativo, así como la geografía y el desarrollo histórico del departamento de Caldas, muestran una amplia variedad en el estilo y tipo de mensajes emitidos, los cuales van desde los rudimentarios recursos para espantar brujas o maleficios de los primeros tiempos de la colonización, hasta las expresiones alegóricas de las fiestas del Diablo en Riosucio y las elaboradas manifestaciones naturalistas de las tallas en madera de Salamina.

La rica apariencia que brinda un objeto o un espacio decorados, aumenta los costos de las producciones artesanales y sólo se asumen en épocas de estabilización económico-urbana<sup>1</sup> como un signo de floreciente economía y estatus social. Los ornamentos, las decoraciones, son la primera forma visible de cualquier elemento funcional o espacial, representan el valor agregado y recogen ideales de "belleza" que se anteponen al diseño y función del soporte; a su vez, los mensajes son la última capa visible por la que se orienta la lectura. En los ornamentos inscritos en los objetos y los ambientes se activan valores que connotan lujo, tales valores se suman a las características funcionales y se enmarcan como pertenecientes a un tiempo determinado gracias a las preferencias visuales inscritas en ellos, a este respecto debe observarse el planteamiento de Panofsky<sup>2</sup>, en el cual establece mecanismos para aproximarse a una lectura de las obras de arte, particularmente en lo concerniente a la descripción del

<sup>1</sup> Tal estabilidad se posibilita hacia 1930, con los recursos de los excedentes del café y la consolidación de rutas comerciales, lo que lleva a la planificación y desarrollo de las poblaciones, el ingreso de productos del exterior, etc. Aspecto también visible en otras culturas de la antigüedad clásica como por ejemplo, la cultura Griega, la Romana, la Egipcia, en las que el apogeo de sus formas de comunicación y de representación viene en los momentos de consolidación urbana y económica.

<sup>2</sup> Cfr. PANOFSKY. 1979. p. 51.

término “Iconología” que describe un método de interpretación basado en la clasificación formal de las imágenes analizadas. Los mensajes representan el gusto, contienen signos iconográficos y textuales que muestran los paradigmas morales del propietario. Sus formas se asocian con las corrientes estéticas del período en el que se produjeron, pues para su producción se retomaron los modelos importados de los centros productores de moda adaptándolos a las necesidades y temas locales con la interpretación de los artesanos.

Puede verse en las afirmaciones anteriores la función entregada a los ornamentos como formas elaboradas portadoras de significados y asociadas a los estilos predominantes en soportes como los objetos y los ambientes. La lectura que se les da a los ornamentos, se relaciona con las asociaciones signico-contextuales que les confiere el carácter de mensajes, Panofsky<sup>3</sup> aclara cómo desde las formas básicas se denota la configuración comunicativa de las imágenes, es decir, desde los componentes formales como los colores, las líneas que en conjunto con las figuras establecen relaciones significacionales que proporcionan insumos para interpretar los mensajes emitidos por la imagen.

Los anteriores factores: belleza, lujo, moral, importación de paradigmas, provienen de los mensajes en sus formas visuales y materializan un modo de vida que es común a la población, (lo cual es verificable en la presencia de estilos que identifican las producciones materiales de los pueblos). La mayoría de los mensajes encontrados en la presente investigación, se articulan dentro de sistemas simbólicos, manifiestos a través de formas figurativas con diferentes niveles<sup>4</sup>. En las primeras décadas del siglo XX, también se crearon mensajes tipográficos de tipo funcional a través de los avisos comerciales con intenciones informativas muy precisas.

<sup>3</sup> Op.Cit. p. 51

<sup>4</sup> Cfr. VILLAFANE, MINGUEZ. 1996. págs. 36 en adelante.

De acuerdo con lo anterior, se considera un eje que atraviesa las construcciones formales y establece las intenciones contenidas en los significantes encargados de emitir señales con los propósitos de los pobladores, parafraseando a Mircea Eliade<sup>5</sup> los mensajes se agrupan entre lo sacro y lo profano. Este carácter define el comportamiento, así como las intenciones expresivas y comunicativas en cada una de las etapas que conforman la población caldense. En la temporalidad de la investigación, se aprecia que Caldas experimentó dos grandes etapas en su proceso de conformación en cuanto a los mensajes: primero lo precario de la trashumancia, con apenas señales de tipo mágico-religioso, y una segunda etapa tras la consolidación urbana, que fortaleció los recursos arquitectónicos, ambientales, objetuales, gráficos y los mensajes más elaborados desde el punto de vista formal y comunicativo.

De un lado, el factor que pide protección a las imágenes ha estado presente desde los inicios de la humanidad como lo enuncia Freedberg (FREEDBERG. 1989), y de otro, las imágenes como soporte del estado social de un individuo o de una sociedad. La colonización a las tierras caldenses no estuvo exenta del arribo de productos con pretensiones religiosas, e incluso mezclas de elementos mágicos. Es costumbre emplear objetos de protección que cumplen la misión de salvaguardar la integridad del espacio delimitado como el hogar, y ya era costumbre proteger de los malos espíritus las tierras y a los individuos que se desplazaban a sitios inhóspitos. La Virgen del Carmen, el Sagrado Corazón de Jesús, hacen parte del repertorio de íconos transportados por los viajeros y que se instauraban en el “ramal”<sup>6</sup>, los cuales servían de protección a los peregrinos contra los maleficios. Igualmente utilizaban para la protección y con otro tipo de influencias, elementos naturales florales, tales como, la sábila, a la cual,

<sup>5</sup> Cfr. ELIADE. 1999.

<sup>6</sup> A este respecto ver el análisis que realiza William Ospina en la presente investigación respecto de la instauración de la vivienda.



aún hoy, se le otorgan atributos curativos, pero también de protección ya que se considera que canaliza y recoge las malas energías que puedan ingresar al hogar. Ambos signos (La Virgen y la sábila) emiten mensajes de protección al poseedor, lo cual, entraña procesos de interpretación signíca no convencionales, amparados en los efectos benéficos que puede ocasionar un signo-objeto al que se le han otorgado poderes y valores diferentes a los de su propia naturaleza. Tales mensajes son diferentes en forma e intención a los de etapas posteriores, ya que posteriormente las formas de representación se modificaron al mutar en ornamentos inscritos en los objetos, la intención se tornó diletante y la función de muchos de ellos siguió siendo mágico-religiosa. El carácter mágico vinculado con los objetos y los íconos religiosos alcanza, incluso en el presente, niveles que se acercan a la superstición, al respecto Octavio Hernández, realiza un amplio despliegue sobre el tema (HERNÁNDEZ. 1996), asigna la proveniencia del uso de objetos y su aplicación supersticiosa a los antioqueños, caucanos, tolimenses, choceanos, es decir, a los departamentos de influencia de la colonización:

En el alto occidente de Caldas, la raza negra que habita por Supía y Marmato tendrá supersticiones y agüeros heredados de ancestros africanos y derivados ante todo de sus actividades económicas relacionadas con la explotación del oro de veta, distintas a las actividades desarrolladas por los negros que laboran en los cadañuzales de la Virginia, Belalcázar y Viterbo, provenientes en su mayor parte del Valle del Cauca y que dotaría a sus agüeros y supersticiones de otras variables pues, en el caso del oro de aluvión y, por tanto, con otros problemas y tratamientos. (*Ibíd: 1996*)

Se aprecia pues, que la rica variedad (cultural, geográfica, económica) del departamento de Caldas, amplía los recursos y el espectro de expresiones manifiestas a través de mensajes icónicos, objetuales, de naturaleza sacra o profana. La dedicación a distintas formas de economía, las variables en las líneas de tiempo de progreso, así como las influencias recibidas por diferentes culturas hacen que se cree un panorama con mensajes y soportes que se emplean de

maneras mixturales: “Cada comunidad imagina las supersticiones y los agüeros a la medida de sus necesidades psicológicas, el grado evolutivo de sus mentes o culturas, además de los recursos que le ofrezca el hábitat en el que viva”<sup>7</sup>.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, se crearon condiciones que favorecieron el desarrollo de la región cafetera, pero asociado a esto, el natural desarrollo de los asentamientos hizo que se consolidara un estilo de vida que se caracterizó por factores sociales expresados en lo espacial, lo familiar, lo estético, y en general, la suma de costumbres que definen la forma de ser de los pobladores de las diferentes regiones. Como consecuencia de este proceso se crearon y consolidaron los factores con los que se identifican las poblaciones del departamento, un marcado enfoque hacia la dependencia económica, así como la naturaleza geográfica e histórica, la cual matizó el estilo de los diferentes soportes en los que los mensajes tuvieron su manifestación final. Durante la primera y segunda mitad del siglo XX, se recogieron lenguajes estilísticos provenientes de Europa que se recrearon con el aporte de algunos artesanos locales quienes interpretaron en el estilo de influencia los mensajes propios de un entorno vinculado al campo.

Durante el tiempo elegido para la investigación “Incidencia del Diseño en el Contexto regional. Ambientes, Objetos, Mensajes”, esto es, antes de 1934, no se observaron procesos de diseño que demuestren la sistematización formal para la creación de los elementos ornamentales aplicados a los objetos o los espacios, tampoco se observaron estructuras sintácticas ni signícas, ni contenidos complejos en la creación de los mensajes elaborados en la región. Lo anterior tras observar la repetición de las formas y los procedimientos como recurso básico

<sup>7</sup> Ibid.

para la elaboración de los objetos, la creación de formas acudió a la copia de modelos traídos de Europa para el caso de las tallas y la ebanistería, en los impresos, se trabajaron ornamentos, tipografías, estructuras europeas. Si bien se implementaron recursos iconográficos y ornamentos provenientes de la flora local, estos no constituyen mensajes muy elaborados, sino que cumplen con funciones ornamentales básicamente. (ver imágenes 1 y 2).

La complejidad geográfica de la región caldense, las influencias de diferentes culturas, tales como, la antioqueña, la tolimense, la valluna, le dan una gran variedad a sus expresiones visuales. En un ejercicio de segmentación se pueden observar algunas grandes áreas, con particularidades notorias en sus modos expresivos, que es de aclarar, no obedecen a zonificaciones oficiales, sino a un ordenamiento propuesto en el presente texto, acorde a semejanzas entre los productos visuales de las poblaciones:

La zona centro occidente: al ser el sector en el que se desarrolla la capital y al recibir la mayor influencia de la colonización antioqueña, adquiere gran representatividad. En ésta se desarrollaron municipios como Salamina, que lograron gran refinamiento plástico en el trabajo de la madera, con niveles expresivos y mensajes consolidados, tanto de naturaleza sacra como profana.



Aplicación Fachada - Belalcázar

Imagen 1. Detalle silla Supía (Propiedad de la Casa Cural).



Detalle Silla Casa Cural - Soacha Caldas

Imagen 2. Aplicación fachada Belalcázar. (Puerta ubicada en casa de la Plaza Principal)

Zona occidental: su desarrollo se basó en fuentes económicas provenientes de la minería, la siembra de caña de azúcar. A la llegada de los colonos había grupos indígenas y afrodescendientes en Riosucio, Marmato, Supía, que mixturaron sus lenguajes con los católicos -posteriores a la colonización europea- y los ingleses que buscaban en las minas de oro de Supía sustento para las guerras civiles que tenía la región como escenario.

Zona Oriental: de marcada dedicación ganadera y con influencia del tren de la Sabana, su clima, ubicación geográfica, desarrollo económico hacen que surja con expresiones visuales y costumbres enmarcadas en modos diferentes a las costumbres de herencia antioqueña. Los imaginarios, así como las necesidades de domesticación del espacio se vinculan al río Magdalena y al tren.

Hacia finales de la primera mitad del siglo XX, se definieron los perfiles económicos que fortalecieron el desarrollo de la región, a la vez que se consolidaron artesanos en los municipios quienes ganaron reconocimiento y prestigio a nivel local por la calidad factual y ornamental de sus trabajos, como ocurrió con los ebanistas de Salamina, por ejemplo. Parte de los métodos aplicados en las soluciones visuales tomaron como método la imitación y el rediseño de modelos provenientes de Europa y América. Los estilos más reconocidos partieron de modelos inscritos en los objetos famosos observados en los países que sirvieron de referencia a comienzos de siglo y que suscitaron modas y maneras en municipios como Salamina, los cuales derivaron de los estilos internacionales como el Rococó o



Imagen 3. Porcelana *Cappo di Monti*. Colección particular.

el modernismo, el Art Nouveau. Marcas de porcelanas como las Cappelletti<sup>8</sup> fueron traídas a la región gracias a los excedentes económicos de las familias que se desplazaban al exterior, y a la vez servían como modelo estilístico para los objetos fabricados en la región. (Imagen 3).

La información visual, la alimentación de imágenes y motivos que llegaron a las tierras caldense, estuvo restringida a pocos observadores que tuvieron acceso a los modelos originales e intentaron reproducirlos en la región contando con el trabajo de los artesanos locales, a través de algunos catálogos impresos, o mediante la importación de artesanías. En la Imagen 4, se puede observar un catálogo de muebles creado para la venta de modelos por entrega e importado al municipio de Salamina, (este tipo de referencias servía para que las personas con capacidad adquisitiva, mostraran el mueble de sus deseos a los artesanos del municipio, (cabe destacar a Eliceo Tangarife y “El Negro” Juan de Dios Marulanda entre los maestros más destacados) con ellos se recreaban los ambientes y los objetos como copias fieles o interpretaciones. Es lógico pensar que en estos procesos se enriquece la producción por los aportes de los artesanos, quienes agregan o modifican de acuerdo con las condiciones técnicas, con los talleres, con la pericia, o con los instru-

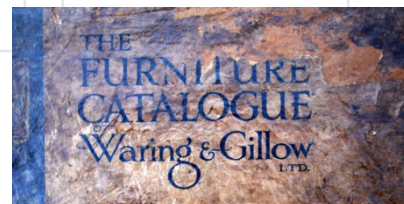


Imagen 4. Catálogo de muebles propiedad de don Fernando Macías, coleccionista de Salamina.

<sup>8</sup> Reciben el nombre por el sitio en el que Carlos III había intentado ubicar la fábrica de porcelana originalmente en Capo di monte en 1743, siendo aún rey de Nápoles, la cual trasladó a Madrid, caracterizada por temas de influencia francesa: batallas, exóticos, marinas, etc.

mentos que se poseían; en todo caso los mensajes no se ven alterados por el refinamiento técnico que presentan los ornamentos, el aspecto final es tan sólo una condición visual, más no incide en el resultado comunicativo, el mensaje subyace en la mente de sus consumidores conformado por signos presentes en el imaginario colectivo.

Las formas con las que se elaboran los ornamentos en las poblaciones, tienen unos fuertes vínculos con los materiales que los producen, los cuales a su vez se fabrican de acuerdo con los paradigmas estilísticos; así por ejemplo, la aguja y la lana determinan las tramas del tejido, el buril define las posibilidades expresivas de la talla, la letra de plomo deja huella, limita los colores del impreso. No obstante, el valor agregado de los ornamentos en algunas poblaciones de Caldas, está en la habilidad de los artesanos de transformar la materia a pesar de las limitaciones tecnológicas y crear con ello, los valores de identidad de las poblaciones: *“Decir que las instituciones sociales están estrechamente solidarizadas con el dispositivo tecnoc-económico es una afirmación constantemente confirmada por los hechos. (...) la sociedad moldea su comportamiento con los instrumentos que le ofrece el mundo material (...)”* (GOURHAN, 1971:197)

De acuerdo con Gourhan<sup>9</sup>, la sumatoria de factores es la que permitió que se crearan las características constitutivas de los signos visuales y los mensajes; la manera como se amarran las formas a los soportes permitió el enriquecimiento visual de las propiedades y objetos de los pobladores caldenses.

La temporalidad especificada para los mensajes en esta investigación, muestra una unidad visual en los objetos y los ambientes por la semejanza de estilos, ya que estos eran reproducidos masivamente y enriquecían los hogares, las

<sup>9</sup> Ibíd.



iglesias, los edificios públicos. Sin embargo, esta unidad no alcanzó el relieve de lenguaje, puesto que no se sistematizó, carecía de consistencia y continuidad, su producción se limitaba a métodos reproductivos y carecía de reflexiones estético-formales que la llevara a su madurez. Los productos visuales que se han denominado como mensajes en éste artículo, obedecen a una concepción artesanal, su comportamiento es el de un estilo, una manera que tuvo su momento más fructífero en las épocas y características señaladas<sup>10</sup>.

De otro lado, las funciones derivadas de los diferentes actos litúrgicos, así como los fuertes nexos de la cultura caldense con la iglesia Católica, permitieron llegar a altos niveles expresivos en escenarios como el de la arquitectura, la creación de objetos, la elaboración de íconos religiosos, entre otros, es en estos soportes en los que la construcción de elementos plásticos aplicados logró un mayor desarrollo para la emisión de mensajes, en tales soportes, los mensajes tienen intenciones basadas en los lenguajes simbólicos creados por siglos del catolicismo. Además de lo anterior y en escenarios privados, una gran ocupación de afiches impresos se encuentra en las salas de los domicilios. Estos recogen el pensar de los individuos como se desarrollará más



Imagen 5. Dama durmiendo. Litografía de la Casa Cural de Supía.

adelante, a pesar de que la mayoría se importaban de grandes ciudades con producción litográfica. El afiche es la muestra más constante de imágenes con altos niveles icónicos, su complejidad estructural y semántica lo convirtió en el soporte de mayor elaboración para los mensajes emitidos, pues se despliega entre motivos de gran facilidad significativa, a otros de complejos contenidos

<sup>10</sup> Cfr. Panofsky. 1979.

morales aleccionadores. Entre los temas más representativos de los afiches se encuentran los siguientes:

Motivos religiosos: Jesús ante los enfermos, Jesús ante los sabios, Corazón de Jesús, El Buen Pastor, El Crucifijo, Manto sagrado, Descenso de la Cruz.

Temas familiares: en los que se muestra a sus protagonistas idealizados en actitudes y posturas que denotan, mediante la suma de sus recursos, la virtud del modelo, incluyen madonas virtuosas, mujeres con instrumentos musicales ante la inspiración de amorcillos, mujeres en espacios interiores con gesto afectado, ornamentos lujosos, o escuetos, cenas familiares, tanto en fotografías como en copias de pinturas, presentaciones familiares, motivos de género, reuniones familiares, fotos grupales, conmemoración de eventos, celebración de fiestas de matrimonio, cumpleaños, arribo de barcos, trenes, fotografías de niñas y niños, ángeles.

Temas populares: aquéllos que imparten lecciones económicas o sobre los vicios, pueblan los imaginarios de los cuadros que se cuelgan en los espacios públicos como los “Yo vendí a crédito, yo vendí al contado”, “Camino al paraíso, camino al infierno”, (Imágenes 6, 7 y 8) o los conocidos afiches del niño que importuna el perro, hacen parte de la tradición iconográfica presente en las tiendas y en las casas de los municipios.

En las imágenes citadas, se observa una narrativa similar basada en la descripción en paralelo de la historia, en la cual se vence la limitante temporal establecida por el soporte y se dicta la lección mostrando las cualidades del buen camino, con atributos de riqueza, brillo, mientras que la pobreza, la ruína, la furia del perro, o el pecado son oscuros, roídos. En estas formas de narración se detecta con gran facilidad el mensaje, éste no requiere códigos para descifrarse, su contenido es directo, algunos afiches se apoyan en elementos lingüísticos, (Yo



vendí a crédito...) o en vínculos Bíblicos (Camino del pecador...), pero sólo la imagen es suficiente para la emisión requerida.

Durante el Renacimiento se vio el uso de las alegorías como un recurso vulgar, no solo por su proveniencia medieval, sino también por su escasa elaboración conceptual. Jerónimo Bosco, Peter Brüegel se comunicaron con facilidad con un público iletrado a través de las obras encomendadas por las diferentes órdenes religiosas, sus mensajes partían de refranes y cuentos populares, por lo que su decodificación resultaba simple para las personas cercanas a la obra. Las pinturas del Bosco usaron argumentos “truculentos” para superar las limitaciones temporales de las lecciones morales que requerían transmitir, se consideraba de mayor simplicidad mostrar varias veces el mismo personaje en el cuadro ejecutando las acciones y sus consecuencias, que “congelar” la acción conteniendo la descripción completa de la idea en un solo movimiento. La primera opción exige el menor esfuerzo de un público poco acostumbrado al estatismo del plano y a la narración por viñetas consecutivas, como era costumbre en la edad media que elaboró sus lenguajes plásticos con miras a favorecer la didáctica<sup>11</sup>.

Los afiches encontrados en los municipios no constituyen una tendencia, y circulan anónimamente,

<sup>11</sup> Ibid.



Imagen 6. “Yo vendí a crédito, Yo vendí al contado”. Litografía en tienda de Salamina.



Imagen 7. “Niño y perro”. Colección privada de Riosucio.



Imagen 8. Camino del pecador, camino del virtuoso. Litografía propiedad privada de Supía.

lo que dificulta rastrear sus orígenes, hacen parte de la tradición iconográfica popular, pues muchas veces se constituyen en la voz silenciosa que emite mensajes por sus propietarios, proliferan en las tiendas y los hogares y hacen parte de los imaginarios de la región.

En algunos de los hogares caldenses se observan cuadros con metáforas delicadamente dispuestas, mientras que en las tiendas y escenarios populares las imágenes carecen del refinamiento metafórico de los primeros. Una alegoría exige el conocimiento de sus signos, emplea símbolos estructurados conceptualmente, códigos visuales respaldados en discursos lingüísticos, en los que los aspectos formales de las imágenes sustentan la estructura narrativa. El arraigo histórico de estas formas de la imagen, convalida el acento moral de los hogares conscientes de la altura cultural que se manifiesta a través de su exhibición, no sólo por su contacto con la cultura europea, sino por los contenidos impresos en los cuadros. Una alegoría posee mecanismos de distribución a través de diversos soportes, con ellos se incorporan a los imaginarios de quienes los consumen, sus elementos formales se posesionan de acuerdo con protocolos dictados por la reiteración de los productos en los sitios en los que se originan las modas, su referente constante es la cultura clásica occidental.

Las alegorías poseen de acuerdo con lo comentado, algún refinamiento de sus elementos, tanto comunicativos como formales, más allá del factor didáctico, sus funciones muestran la inspiración y los altos valores de quien posa ante la cámara o quien exhibe la imagen. A través de los símbolos establecidos por convención, se traduce el código inscrito en las imágenes, los afiches poseen elegantes poses de mujeres y hombres en escenarios que conservan la tradición neoclásica de la postura, responden a protocolos de elegancia, buenas maneras, moral, refinamiento y sutileza, estos elementos son modelos de comportamiento a seguir, y se exhibían en los espacios sociales e íntimos<sup>12</sup>.

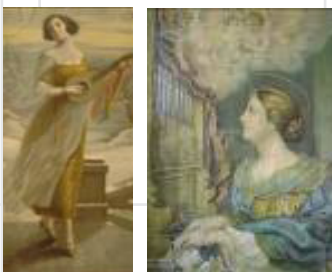
<sup>12</sup>. Cfr. FREEDBERG, David. 1992

Son reflejo de las expresiones contenidas en la idea de imagen compartida por la Bella Época europea y se manifiesta en los retratos de grupos de personas, escenas familiares típicas de la pintura de finales del romanticismo<sup>13</sup>.

Se aprecia una correlación importante entre el estilo, las poses, el vestuario, la iluminación de las réplicas pictóricas y las fotografías de la época referida; este es el caso de un grupo de fotografías encontradas en el museo Histórico del municipio de La Dorada y otro grupo de fotografías del municipio de Supía (Imágenes 9, 10, 11 y 12) en las que se aprecia la intención por parte del fotógrafo de poner de relieve valores morales de la modelo, representados en diversos atributos visuales como la blancura de la piel,<sup>14</sup> que connotan la limpieza del alma a través de la delicadeza del cuerpo, lo noble y pulcro<sup>15</sup> de los escenarios y las personas. En ellos se emplean telones de fondo con ruinas del clasicismo griego y jardines europeos que confirman la intención de conectar estas construcciones iconográficas semántica y formalmente con un pasado paradigmático. En estos casos, el mensaje se inscribe en la sumatoria



Imágenes 9 y 10. Fotografías retocadas a mano Museo Histórico de la Dorada.



Imágenes 10 y 11. Litografías pertenecientes a la Casa Cural de Supía.

<sup>13</sup> Cfr. HAUSSER. 1990.

<sup>14</sup> Puede observarse el amplio discurso de Brusatin (BRUSATIN 1997) en el que explora las relaciones existentes entre el blanco y la idea de civilización que se desprendía de este durante el Siglo XVII, en oposición a los colores pardos de las ropas de los incivilizados y los pobres. Esta apreciación concuerda además con el floreciente descubrimiento de métodos para blanquear las telas y el papel. *Nota del Autor*

<sup>15</sup> *El latín Pulcher*. Pulcra: Aseado, esmerado, bello, bien parecido, tuvo incidencia en la apreciación de lo estético convalidado por las ideas de la época.

de elementos presentes en el ambiente, la mayoría de ellos comparten factores estilísticos referentes a una época idealizada que representa el gusto de quienes adquieren objetos e imágenes en los que se proyectan ideales de educación, cultura, estética, moral, entre otros.

Es importante recordar los vínculos que se generaron entre la pintura y la fotografía en el siglo XIX, ya que ésta última tomó prestados los procedimientos y el comportamiento espacial de la pintura, pues ésta poseía formas de expresión técnicas, sólidas, con lenguajes estructurados y respetados por la comunidad apegada a los oficios de las artes tradicionales.

Puede verse una variedad importante en los mensajes emitidos en las poblaciones caldenses, diferentes aspectos enunciados en éste artículo como las diferencias entre las poblaciones o la carencia de escuelas de artes, hacen que la naturaleza de los mensajes tenga también variedad visual y diversidad de contenidos. No obstante, se destacan los elementos ornamentales que vinculan mensajes muy simples y los afiches que narran escenas con contenidos morales, así como avisos con elementos lingüísticos que convocan el ingreso a las tiendas y a los bares, etc.

Los mensajes han sido mostrados en el presente artículo, desde su incorporación a espacios y objetos que se suman a la idea de lujo, hasta casos en los cuales, cumplen una función de información y en otros la de protección o contra. En la medida del escaso tiempo de desarrollo del departamento de Caldas<sup>16</sup> y a pesar de la conservación arquitectónica de la mayoría de municipios, no se aprecia continuidad o maduración de los lenguajes icónicos, lingüísticos, o de estructura narrativa que conforman la unidad del mensaje emitido; todo lo contrario, se produce en la actualidad la repetición de algunas fórmulas halladas

<sup>16</sup> Ley Nro. 17 del 11 de Abril de 1905. [HTTP://www.gobernaciondecaldas.gov.co/manizales/gobernacion/acerca+de+la+gobernacion/historia](http://www.gobernaciondecaldas.gov.co/manizales/gobernacion/acerca+de+la+gobernacion/historia)

en los períodos de mayor riqueza artesanal, en función de obtener una cierta favorabilidad económica en los nuevos productos.

## Conclusiones

Para el presente artículo se han tomado algunos elementos como conclusiones que permiten acercarse al problema del diseño en la región. En primer lugar, se observan los mensajes como fenómenos inscritos en soportes de diversas condiciones, que van desde los objetos, los espacios, los impresos y en cada uno de estos, cumplen funciones tanto decorativas como aleccionadoras. Los signos visuales que conforman los mensajes se incorporan al imaginario de los consumidores por la acción de su reiteración en las distintas manifestaciones iconográficas o abstractas, lo cual facilita la interpretación de los mensajes que se emiten a los pobladores.

Caldas se aprecia en cuanto a la emisión de mensajes como un departamento con variedad técnica y de recursos visuales, lo anterior gracias a las diferentes influencias que marcan sus poblaciones.

Los mensajes se plantearon en algunas categorías que van desde los más elementales de naturaleza mágica hasta los más complejos abordados por la Iglesia Católica. Algunos de ellos, se destacan por su naturaleza eminentemente comunicativa, los afiches y los impresos realizados con técnicas como la litografía y que circularon por la región, brindando a sus poseedores la emisión de mensajes aleccionadores, morales, de las buenas maneras y comportamiento. Para lo anterior se emplean modalidades iconográficas con o sin la inserción de elementos lingüísticos, en los que las metáforas y las alegorías hacen parte de las estructuras narrativas.

En lo observado y en la temporalidad citada, no se logran apreciar métodos de diseño, ni escuelas consolidadas que sistematicen la producción, la reflexionen y la proyecten, más allá de la sustitución de elementos gráficos provenientes del exterior por algunos más cercanos a la flora y la fauna de la región. De acuerdo con la información obtenida, la producción visual de los municipios más fructíferos se basaba en la reproducción de modelos provenientes de catálogos o de personas que se desplazaban al exterior.

Los mensajes se asocian con los elementos ornamentales en general, factor que permitió que su elaboración se asociara con el lujo o la manifestación de algunos paradigmas de gusto o de comportamiento y que su momento más floreciente estuviera vinculado con la economía más estable.

### Bibliografía

BOSING, Walter. *El Bosco*. Editorial Benedikt Taschen. Alemania, 1989.

BRUSATIN, Manlio. *Historia de los colores*. Paidós Estética. Madrid, 1997.

CASTAÑEDA, Walter. *Color*. Editorial Universidad de Caldas. Manizales, Colombia. 2005.

CASTAÑEDA, Walter. VILLA, Gustavo. *Iconografías populares en el Centro Histórico de la Ciudad de Manizales*. Universidad de Caldas. Obra Inédita. Manizales, Colombia. 2005.

CIRLOT, Juan Eduardo. *El Espíritu Abstracto*. Editorial Labor S.A. Barcelona, España. 1996

ELIADE, Mircea. *Lo sagrado y lo Profano*. Editorial Labor, S.A. Colombia. 1992.

FREEDBERG, David. *El Poder de las Imágenes. Estudios sobre la Historia y la Teoría de la Respuesta*. Ediciones Cátedra, S.A. Madrid, España. 1992.

GAGE, John. *Color y Cultura*. Editorial Siruela. Madrid, España. 1997.

GÓMEZ, Adriana. Et. Al. *Patrones de Color*. Editorial Universidad de Caldas. Manizales, Colombia. 2007.

GOURHAN, Leroi André. *El Gesto y la Palabra*. Ediciones de la Universidad Central de Venezuela., Caracas. Venezuela, 1971.

HAUSSER, Arnold. *Historia Social de la Literatura y el Arte*. Editorial Labor. S.A. Barcelona, 1990.

HERNÁNDEZ, Octavio. *De Supersticiones y Otras yerbas*. Imprenta Departamental de Caldas. Manizales, Colombia. 1996.

KEMP, Martín. *La Ciencia del Arte*. Akal, Madrid, España. 2000.

PANOFSKY, Erwin. *El Significado de las Artes Visuales*. Alianza Editorial, S.A. Madrid, España. 1979.

\_\_\_\_\_. *Idea*. Ediciones Cátedra, S.A. Madrid, España. 1984.

VILLAFANE, Justo. MINGUEZ, Norberto. *Principios de Teoría General de la Imagen*. Ediciones Pirámide, S.A. Madrid, España. 1996.

[http://www.gobernacioncaldas.gov.co/Manizales\\_Gobernacion/Acerca+de+la+Gobernacion/Historia/](http://www.gobernacioncaldas.gov.co/Manizales_Gobernacion/Acerca+de+la+Gobernacion/Historia/)