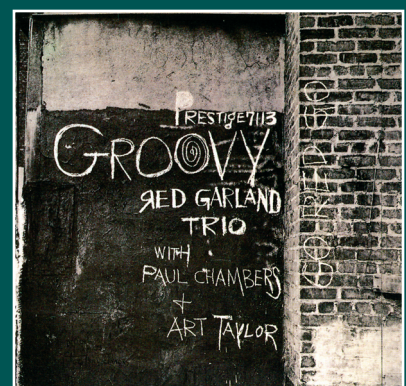
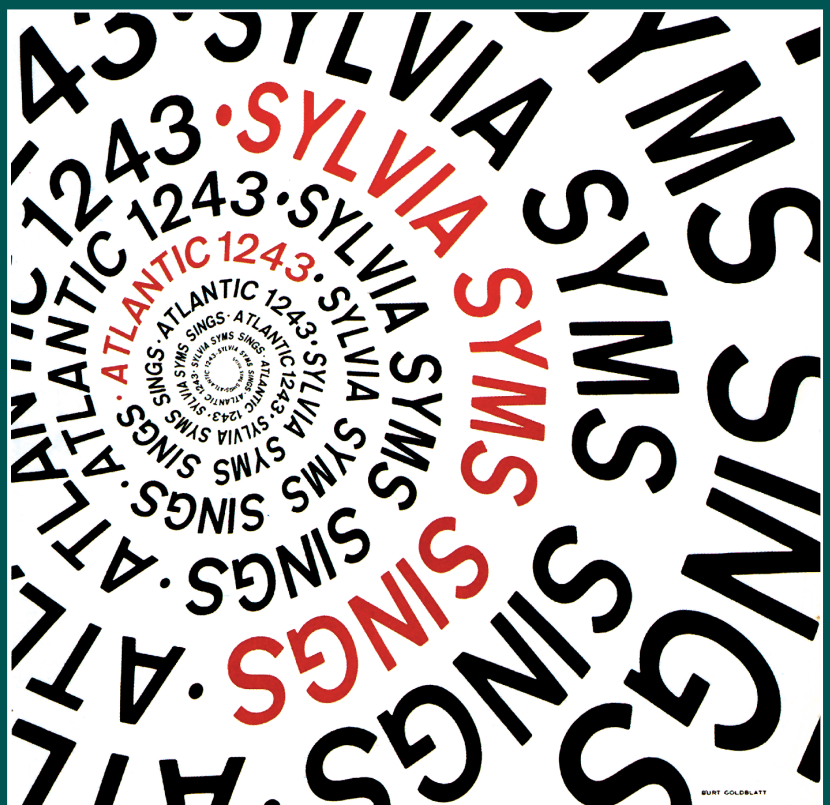
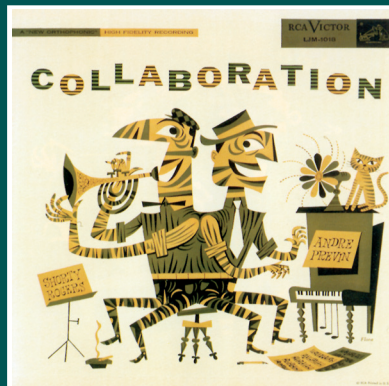




Hoy en día el diseño discográfico es un territorio abierto a la experimentación, pero esto no siempre ha sido así. El lenguaje moderno impuesto por Alex Steinweiss en las primeras cubiertas discográficas fue reemplazado al cabo de unos años por soluciones mucho más conservadoras, que dominaron la industria durante décadas. La principal excepción a esta regla apareció en algunos pequeños sellos independientes consagrados a la música de jazz, sobre todo después de la segunda guerra mundial, cuando el propio jazz abandonó las pistas de baile y se convirtió en una música aventurera.

la música y la letra

Texto: Jorge García

A finales de los años sesenta, en pleno auge de la industria del disco, ocurrió algo similar en el ámbito de la música pop. En ambos casos, sucesivas generaciones de diseñadores entusiastas de la música, frecuentemente vinculados a sus artífices, fueron responsables de la eclosión del diseño discográfico.

Steinweiss, integrante de la llamada escuela de Nueva York que había recibido la influencia directa del diseño moderno europeo a través de su maestro Joseph Binder, fue contratado en 1939 por el sello Columbia para diseñar campañas publicitarias, pero él propuso además incluir ilustraciones en las tapas de los discos. En su opinión, las cubiertas discográficas podían funcionar como carteles. La idea tuvo enseguida un éxito extraordinario y supuso el nacimiento de todo un género. En los diseños del joven Steinweiss aparece la contundencia tipográfica, las líneas dinámicas, la composición y los colores propios del cartel moderno europeo, así como el uso del aerógrafo, una técnica muy vinculada a aquella estética. Partidario de la rotulación manual, Steinweiss combina en cada disco letras de diferentes familias, con predominio de las egipcias. Es habitual que los textos aparezcan en perspectiva o acotando de algún modo la ilustración principal. Sus cubiertas son generalmente un comentario sobre el tipo de música asociado con el intérprete en cuestión, o un desarrollo de los conceptos contenidos en el título del disco.

Junto a Steinweiss, otros dos destacados grafistas de esta primera época fueron Jim Flora (que trabajó para Columbia, con Steinweiss, y para RCA), y David Stone Martin (empleado por diversos sellos del productor Norman Granz, como Clef o Verve). Las mejores cubiertas de ambos parecen hoy de una gran modernidad porque no tratan de “comentar” la música o el título del disco, como hacía Alex Steinweiss, sino de provocar al espectador sensaciones complementarias y paralelas a las que suscita la música, que puedan enriquecer la escucha. Entre estos dos extremos, la interpretación de contenidos y la provocación de sensacio- ►

• 1940 •
**Alex
Steinweiss**



Jim
Flora • 1954 •



• 1953 •
**David
Stone Martin**



► nes, continúa moviéndose el diseño discográfico. Sin embargo, a diferencia de Steinweiss, Martin y Flora estaban menos interesados en convertir el texto en protagonista de sus diseños, y las tipografías que empleaban solían ser meramente funcionales o decorativas. Martin desarrolló una letra egipcia hecha a mano que luego ha sido muy imitada, pero muchas veces utilizó sencillos tipos de palo seco que contrastaban con el barroquismo de sus ilustraciones.

Los trabajos de estos tres pioneros son “artísticos”, en el sentido de que se identifican inmediatamente como obras personales producidas por una misma mano. Pero en 1948 apareció el primer disco microsurco de larga duración, de 10 pulgadas de diámetro, y en 1955 vio la luz el LP de doce pulgadas, formatos que propiciaron un enorme desarrollo del mercado discográfico. Esta creciente industrialización acarrió la progresiva adopción de soluciones gráficas más convencionales e impersonales, entre ellas la incorporación de la fotografía como ingrediente principal del diseño de cubiertas, lo que en muchos casos significaba la utilización de un retrato del intérprete.



En el campo del jazz, un fenómeno interesante de esta etapa son los primeros intentos de distinguir gráficamente los estilos que había generado desde su nacimiento en Nueva Orleans. Mientras que David Stone Martin todavía creaba cubiertas intercambiables entre sí para músicos tradicionales, como Louis Armstrong, clásicos, como Count Basie o Benny Goodman, e innovadores como Parker o Gillespie, algunos diseñadores llegados con el bebop ya trataban de buscar fórmulas para la singularización iconográfica, por ejemplo representando la nueva música con paisajes surrealistas. Pero la asociación más certera fue la que se generalizó a comienzos de los cincuenta en sellos como Riverside o Prestige, y se trasladó luego a Blue Note, que identificaba el jazz moderno en general, y el hard bop en particular, con los poderosos paisajes urbanos de Nueva York. El tema de la ciudad invadió las cubiertas igual que el cine negro abandonó los estudios y se lanzó a la busca de los grandes espacios metropolitanos en las películas de Elia Kazan, Samuel Fuller o Jules Dassin. La contundencia rítmica y la imponente sonora del jazz moderno de esa época ha quedado asociado para siempre a la arquitectura de los rascacielos.

Al otro extremo del país, la Costa

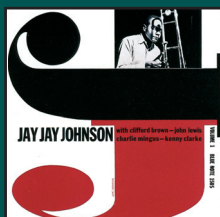
Oeste tuvo su propio carácter jazzístico diferenciado, más soleado y luminoso, y los diseñadores de la zona prefirieron huir de paisajes urbanos y buscaron localizaciones de tipo vacacional o lúdico: campos de golf, playas, verdes praderas, parques de atracciones, etcétera. Aquí la tipografía se empleaba a efectos principalmente funcionales. Por el contrario, la imagen urbana asociada al jazz de la Costa Este estimulaba de una manera mucho más evidente el empleo de la tipografía con intención expresiva.

Discos producidos en Nueva York como *Street of dreams*, del guitarrista Grant Green, *Groovy*, del pianista Red Garland, o *Home Cookin'*, del organista Jimmy Smith, lucen diseños que aluden explícitamente no sólo a la ciudad, sino a elementos tipográficos unidos a la vida urbana, como son la señalización callejera, el graffiti o el rótulo comercial. Por otro lado, y en un sentido mucho más interesante a los efectos que nos ocupan, la tipografía aparece en numerosas cubiertas con valores propiamente tectónicos, tratando de reflejar el espíritu vitalista de la música. La asociación de un estilo de jazz con una determinada clase de imágenes a veces se afina hasta el punto de incluir determinadas familias tipográficas o un cierto modo de utilizarlas. Esto es lo que sucedió por primera vez con el hard bop neoyorquino de los años cincuenta y sesenta. Las cubiertas de los sellos Prestige y Blue Note propiciaron esa identificación.

El principal responsable en ambos casos fue un joven llamado Reid K. Miles, atraído al diseño discográfico por John Hermansader, que trabajaba para el sello independiente Blue Note, muy vinculado al jazz moderno. En las cubiertas creadas por Hermansader para este sello, sobre todo en los dos volúmenes de *The Jazz Messengers at The Café Bohemia* y *Jay Jay Johnson*, quedan trazadas las líneas pioneras que luego Miles convertiría en alguno de los estándares perennes del género.

Siguiendo estos modelos, Miles realizará sus mejores ejercicios tipográficos en bitono, utilizando el tamaño de la letra con un sentido dramático que pone en primer plano sus valores puramente gráficos. La fotografía del músico queda reducida a un mero testimonio, en lugar de presidir la cubierta, como era casi prescriptivo. Las líneas horizontales y verticales dominan sobre las diagonales con ese sentido arquitectónico al que nos referíamos. Además, Miles no sólo combina con gran ingenio diversas familias o las mayúsculas y las minúsculas, sino que hace que las letras sobresalgan

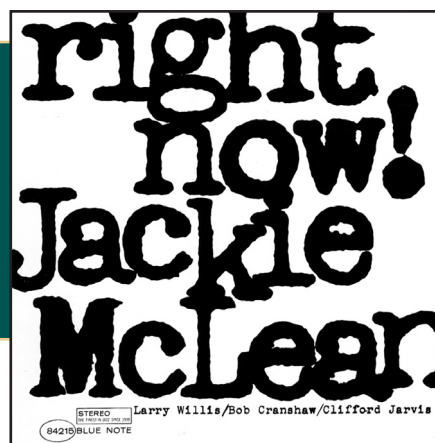
• 1956 •
John
Hermansader



• 1965 • Reid
Miles



• 1965 • Reid
Miles



de la caja, las superpone o las complementa con signos de exclamación y comillas, rebosan salud y optimismo y aún así no pierden nunca un principio esencial de austeridad. El empleo de textos creados con una máquina de escribir y ampliados luego, como en *Right Now!*, de Jackie McLean, con letras negras sobre fondo blanco, subraya indirectamente el estilo conciso y percusivo del hard bop. La utilización de plantilla o tampón para escribir los títulos (*Peckin' Time* de Hank Mobley, *Detroit-New York Junction* de Thad Jones) remiten al espíritu rudo y primitivista proclamado por los ideólogos de esta música. La reiteración de signos de admiración en *It's time* (McLean) o la repetición del título en *Herbie Nichols Trio* (Herbie Nichols) evocan su enfatismo. Estas cubiertas conservan íntegra la fuerza que tuvieron cuando fueron creadas, hace cuarenta años.



La línea Hermansader-Miles puede relacionarse con los avances en el diseño publicitario y editorial de la época: el uso por William Golden y Lou Dorfsman de textos agigantados para CBS, la superposición y ensamblaje de letras para crear nuevas formas de Herb Lubalin, etcétera; y en última instancia se hace eco de los experimentos de algunos creadores del diseño moderno, como El Lissitzky, Herbert Bayer o Willem Sandberg, autor de unos magníficos *experimenta typographica* publicados en 1956. Pero lo importante es que ahora esos ejercicios plásticos responden a una argumentación relacionada con los principios de la música, se pueden incorporar con naturalidad a una determinada poética visual.

Algunos contemporáneos de Miles en la industria del disco, como Paul Bacon, hicieron un uso personal y sofisticado de la tipografía, a veces recurriendo a la rotulación manual, otras veces contribuyendo a la recuperación de modelos y estilos del pasado, como en su cubierta para *The Unique*, de Thelonious Monk (Riverside), a imitación de un antiguo sello de correos. Esta tendencia no era ajena a las investigaciones simultáneas de Push Pin Studios, uno de cuyos integrantes, Loring Eutemey, fue diseñador para los sellos discográficos Atlantic y Columbia. La diferencia entre los hallazgos de Miles y los logros aislados de sus coetáneos estribó en la capacidad de Miles para sintetizar una manera de entender el jazz.

Conforme avanzaba la década de los sesenta, Reid Miles fue modificando su estilo. La llegada del pop art todavía le

inspiró algu-

nos brillantes ejercicios tipográficos en su línea habitual, investigando con tramas o distorsionando los textos (Lee Morgan: *The Rumproller*), pero el cambio estaba próximo. Se hizo fotógrafo y comenzó a idear composiciones progresivamente más abstractas y emocionalmente más distantes y livianas que las habituales hasta entonces en el sello Blue Note, donde el movimiento juega un papel esencial, difuminando los contornos de los objetos. Paralelamente, la tipografía retrocedió y perdió peso en sus cubiertas. Es significativo que estos cambios sucedieran al tiempo que el hard bop abría paso al jazz modal de Herbie Hancock y Wayne Shorter, estilo más lírico y misterioso.

Con Miles culmina el diseño que podríamos llamar clásico en la cubierta discográfica. Tras la rendición estética y económica de Blue Note y algunos otros sellos punteros, provocada por el auge de la música pop, el panorama discográfico a finales de los años sesenta es convulso. Curiosamente es un momento muy rico del diseño gráfico en Estados Unidos, dominado por las derivaciones del pop art, pero la versión jazzística de este movimiento es escasa o está devaluada por la urgencia comercial. Milton Glaser y Andy Warhol trabajaron para el jazz antes que para el rock, aunque con diseños episódicos o de juventud. El pop art jazzístico, con algunas excepciones debidas a Stanislaw Zagorski, Paula Scher o Robert Flynn, ha estado en manos de artesanos todoterreno que se limitaron a trivializar sus aspectos más superficiales. ¿No sería la propia incapacidad del jazz para asimilar las características del pop lo que le impidió dotarse de una imagen pop convincente? Es llamativo que las mejores cubiertas pop del jazz hayan surgido en el poderoso sello Columbia, que produce toda clase de música y se caracteriza por su eclecticismo visual, y casi siempre vinculadas a músicos que experimentan la fusión del jazz con el rock, como Miles Davis o Herbie Hancock.



Los años setenta trajeron al mercado jazzístico dos fenómenos interesantes en cuanto a sus repercusiones en el diseño gráfico. Por un lado, la reedición de discos clásicos se convirtió en una parte importante de la industria. Por otro lado, cobraron fuerza una serie de sellos europeos que apostaban por una visión propia, no mimética, del jazz, entre los que destaca ECM, creado en Munich por Manfred Eicher.

La reedición de grabaciones primitivas sirvió en bandeja ▶

► el juego con la estética y las tipografías de la *belle époque*, tan en boga en esos años, que fueron utilizadas con resultados buenos, regulares y malos, pero también hubo diseñadores con espíritu creativo, desde John Berg en Columbia (que para el pop concibió la memorable serie dedicada al grupo Chicago, basada en variaciones sobre su logotipo) hasta Phil Carroll en Fantasy o Paula Scher en Blue Note. Las músicas de Louis Armstrong, Duke Ellington o Bessie Smith eran previas a la existencia del disco de larga duración y por tanto nunca tuvieron imagen, pero en el rescate de antiguos LPs se impuso poco a poco el fetichismo coleccionista que obligaba a recuperar el disco con su cubierta original, reduciendo el papel de los diseñadores contemporáneos al de meros adaptadores. Hoy en día las cosas siguen igual; la reedición mimética se vende como fidelidad y respeto al original, y sólo se admite la creatividad alternativa en colecciones o antologías. He aquí una polémica interesante; Rick Poyner es de los que sostienen que la cubierta del libro puede ser reemplazada al cabo de los años o en sus eventuales traducciones, pero la cubierta del disco “impregna” de tal modo la música que se convierte en una faceta irremplazable del producto final ⁽¹⁾. ¿Obliga ello, pese a todo, a considerarla inamovible?



La aparición del sello ECM en 1969, creado por el contrabajista alemán Manfred Eicher, significó la irrupción de una nueva estética en el imaginario jazzístico, que además, y esto es lo verdaderamente decisivo, acarreó un momento de inflexión, a partir del cual se inició una nueva etapa en el jazz gráfico.

Es difícil indicar dónde reside la especificidad del estilo ECM. Tal vez se reduce a que no pretende prolongar ninguna tendencia del jazz estadounidense, como hicieron hasta entonces la inmensa mayoría de casas discográficas surgidas en Francia, Alemania, Inglaterra, Italia o los países nórdicos. Al principio ECM se orientó hacia el free jazz, pero pronto se decantó por un jazz romántico, que bebía tanto en las fuentes del jazz modal como en el impresionismo francés o el folclore de diversas partes del mundo, y presentaba concomitancias con las escuelas repetitivas de Terry Riley y Philip Glass o con algunas líneas del pop más experimental.

Eicher es un perfeccionista que no deja ningún detalle al azar. Desde el principio sus discos tuvieron un aspecto espe-

cial. Estamos en las antípodas de lo que hasta entonces ha caracterizado a las cubiertas de jazz, ya sean las fotografías de los músicos tocando o con sus instrumentos a cuestas, las composiciones contundentes y fuertemente tectónicas de Reid Miles y otros tipógrafos, el cómic o los guiños humorísticos, escenográficos o narrativos. En ECM no hay nada de eso. Dibujos sencillos, a modo de bocetos, pictogramas primitivos, signos orientales y fotografías abstractas forman parte de los recursos habituales en el sello. La naturaleza también está muy presente, como si la música defendida por Eicher tuviera connotaciones ecologistas (a veces las tiene). Estas cubiertas parecen un desarrollo de las últimas de Miles para Blue Note, con su prominente lirismo.

La tipografía elegida por los diseñadores de ECM está en consonancia con este estilo. Un repaso a algunos discos del pianista Keith Jarrett, principal artista del sello, nos pueden servir para explicarnos. La letra digamos “oficial” del sello es una fuente de palo seco, neogrotesca, poco invasiva, o se manifiesta con contrastes cromáticos muy atenuados (*Tribute*, *The Cure*, Barbara Wojirsch). También es habitual encontrar rotulación manual, pero informal, ligera, de trazo libre y suelto, espontánea o ingenua (*My Song*, *At The Deer End Inn*, Barbara Wojirsch). En cuanto al cuerpo, si los títulos de Blue Note eran anunciados a pleno pulmón, éstos de ECM se dirían más bien susurrados, e incluso cuando las letras son grandes, su disposición las hace aligerarse. Algunas veces las cubiertas son estrictamente tipográficas, pero la neutralidad de la letra sans serif, en mayúsculas o minúsculas, junto con la elección de colores fríos, elimina cualquier atisbo de expresionismo tipográfico (*At The Blue Note*, Barbara Wojirsch; *Inside Out*, Sascha Kleis). Y si aparecen letras negras o rojas sobre fondo blanco (*Whisper Not*, Sascha Kleis), nada nos hace recordar otros diseños del sello Blue Note sobre planteamientos idénticos. La calculada neutralidad y distanciamiento llega al extremo de que resulta imposible diferenciar el estilo de los diferentes grafistas empleados por ECM. Barbara Wojirsch marcó el camino, y luego Dieter Rehm, Klaus Detjen o Sascha Kleis han continuado escrupulosamente la línea.

Sea como fuere, ECM ha hecho escuela. En los años setenta y ochenta el sello Enja seguía sus pasos, como también lo hizo Windham Hill, otro precursor de las músicas del mundo ya claramente alejado del jazz. De cuando en cuando sus maneras asoman en alguna cubierta aislada de los gran-

TIPOGRAFÍA EN EL DISCO DE JAZZ

• 1957 • Paul
Bacon



• 1957 • Roy
Kuhlman (?)



• 1960 • Marks & Gollin



des sellos clásicos (Sony en particular), y nuevas etiquetas, como Winter & Winter, aunque de personalidad muy fuerte, no pueden entenderse sin este precedente.

Por su minimalismo intrínseco, ECM superó sin dificultad aparente el tránsito del LP al CD. Pero en general el nuevo formato, que empezó a comercializarse a gran escala a finales de los años ochenta, no resultó fácil de asimilar. Y no sólo por la pérdida de espacio, sino también por la pérdida de "organicidad" (aislamiento entre los diversos elementos) y la frialdad del nuevo soporte. Los primeros diseños específicos para el CD delatan la falta de comodidad con el formato y a veces son defectuosas adaptaciones de ideas propias de la generosa superficie del LP. Poco a poco, sin embargo, el formato ha ido percibiendo sus potencialidades (el folleto/cubierta como elemento autónomo, la serigrafía sobre la superficie del disco), y la sustitución de la bandeja opaca por otra transparente culmina un momento de plena madurez.

Capítulo aparte merece la aparición de espectaculares recopilaciones, antologías e integrales donde el diseñador gráfico se ha convertido explícitamente en diseñador de *packaging*. Aunque apuntada en tiempos del vinilo, esta tendencia se ha extremado con el CD. Pero junto al hallazgo visual de última hornada y la imaginativa aplicación de nuevos materiales se configuró también el exceso mercantilista. Muchas de estas colecciones han llegado al mercado envueltas en los más disparatados oropeles y acompañadas de miniaturas propias de Barbie y Kent, que delatan la conversión del disco en fetiche extramusical, concebido para mentalidades infantiles. En este contexto, las espartanas reediciones propuestas por el sello Mosaic parecen casi una subversiva llamada a prestar atención a la música, y no podemos sino reconocer su mérito.

A diferencia de los primeros tiempos del LP, los principales sellos jazzísticos ya no tienen una identidad gráfica reconocible. El modelo Blue Note se sigue nostálgicamente, en este sello o en otros, cuando se desea sugerir una relación con el hard bop. Pero por lo general la imagen de marca se ha disuelto y los discos presentan mil caras diferentes, tratando de ajustarse en el mejor de los casos a las características de cada intérprete en particular, opción que hasta ahora parecía reservada a la música pop. Por otra parte la imagine-

ría del jazz se ha desembarazado de las imágenes políticamente incorrectas tan corrientes en los años cincuenta y sesenta, donde la sexualidad femenina era un ingrediente común en toda clase de sellos discográficos. También ha desaparecido casi del todo el sentido del humor o las escenificaciones teatrales. En el pasado, un jazz poderoso ha tenido una imagen poderosa. El jazz actual es sabio, sofisticado e ingenioso, pero también débil, y en sintonía con ello su imagen es sabia, sofisticada y débil. Cuando pretende buscar alternativas, lo que hace es tomarlas de la música pop (véanse las cubiertas de los discos del pianista Brad Mehldau o The Bad Plus).

Excepcionalmente, el espíritu inquieto de los pioneros gráficos se conserva agazapado en algunos sellos independientes dedicados al jazz más arriesgado, donde la búsqueda de nuevos repertorios gráficos no se inclina hacia la piruetta visual ni mimetiza la lógica de otros géneros musicales. Desde Suiza, el sello hatOLOGY ha encontrado una solución muy limpia al problema del envase, utilizando cartulina en lugar de plástico, aunque evitando la asepsia del llamado *digipack*. Sus cubiertas, acordes con esta limpieza tan helvética, son responsabilidad del grupo fuhrer vienna, y combinan atractivas fotografías en blanco y negro con una contundente tipografía de palo seco en color anaranjado. En JMT, aventura germano-nipona del productor Stefan Winter, Stephen Byram aplicó al jazz las tendencias gráficas (y sobre todo tipográficas) de los años noventa, donde la lectura se hace compleja por la acumulación de ruido y el texto funciona como dibujo. Luego ambos, productor y diseñador, han seguido vinculados en Winter & Winter, que propone una imagen menos agresiva desde el punto de vista del color y más prudente en la disposición de los textos. En coherencia con el grafismo emplea cartones con textura que evitan la frialdad del plástico, y lujos empresariales como el troquel y el golpe seco. Las reediciones de antiguas grabaciones JMT bajo esta nueva marca han apelado explícitamente al lenguaje visual de las vanguardias históricas, con llamativas cubiertas tipográficas en rojo y negro que recuerdan a etiquetas de embalaje, diseñadas por Günter Mattei.

NOTAS

(1) Rick Poyner, *A Change of Speed, a Change of Style*, en Emily King (ed.), diseño de Peter Saville, Londres, Thames and Hudson, 2003.

• 1972 • Barbara & Burkhardt
Wojirsch



• 1977 • Barbara
Wojirsch



• 1967 • Robert & Barbara
Flynn

