novus, un hueco para cada música

Carmen McRae.

Federico González

Aquellos tiempos en que los sellos discográficos nacían de un exiguo soporte económico pero cargados de ilusiones y rodeados de un halo de romanticismo parecen definitivamente olvidados. Ahora, la infraestructura, el despliegue de medios dirigido hacia un mercado del que se conocen hasta las mas íntimas reacciones es lo que de verdad cuenta. Sin embargo, en los orígenes del sello Novus se encuentra cierto espíritu aventurero que parece perdurar hasta hoy.

La historia de Novus es, en realidad, la del productor Steve Backer. Primero, como manager general de ABC-Impulse –a cuyo catálogo incorporó a Gato Barbieri, Keith Jarrett, Sam Rivers y Dewey Redman, entre otros - y después como responsable del diseño de una línea creada en 1978 dentro del sello Arista dedicada tanto a la vanguardia dura, representada por Anthony Braxton, como a movimientos de índole más comercial, Backer ha ido perfilando una filosofía que, según sus propias palabras, se basa en el equilibrio de fuerzas entre calidad y comercialidad.

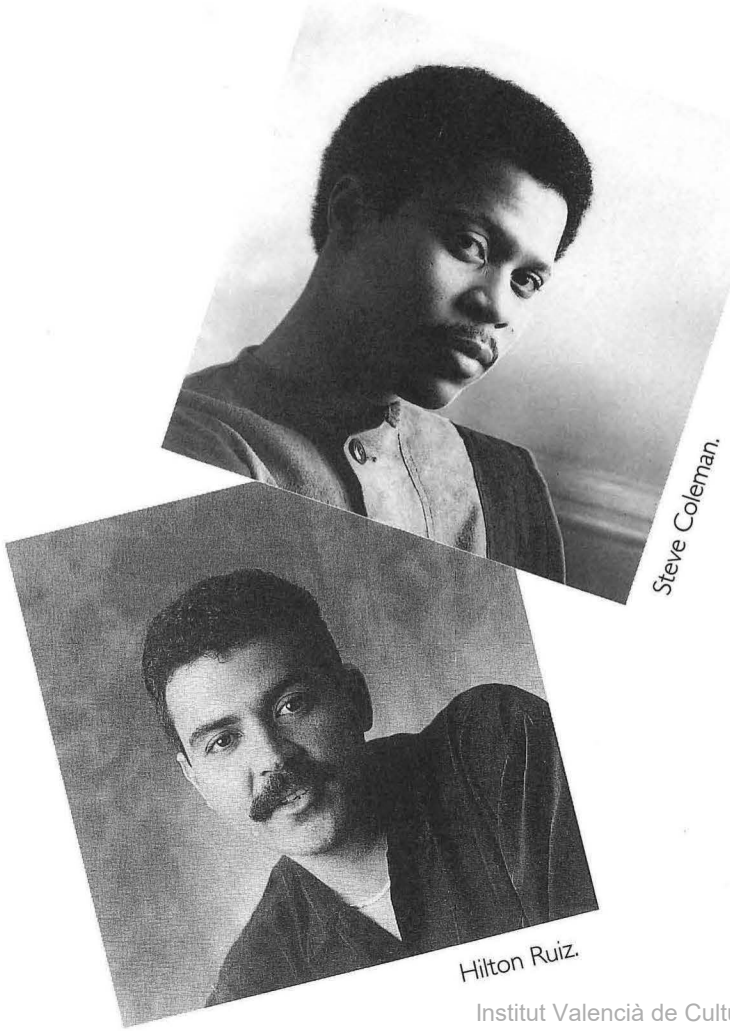
Aunque el éxito total todavía está por llegar, en la carrera de Backer son abundantes ya los logros parciales, en parte gracias a que ha encontrado el respaldo necesario para imponer sus criterios artísticos. Hace unos años, cuando todavía estaba contratado por Arista, manifestaba su sorpresa por la colaboración que esta compañía le estaba prestando, aun cuando los beneficios obtenidos por sus productos no eran, en modo alguno, espectaculares. Según él, todo el misterio consistía en adecuar los gastos de producción a las ventas esperadas para no desanimar a los directivos con ambiciosos proyectos artísticos de nula rentabilidad económica. Una regla simple, pero efectiva, que posibilitó a músicos poco comerciales grabar regularmente discos en los que expresar sin trabas su auténtica personalidad y que, muy a menudo, se convertían en sus favoritos. Así sucedió con *Silent Tongues*, uno de los más aplaudidos de Cecil Taylor, o con *Creative Music Orchestra, 1976*, del ya mencionado Braxton.

Por los nombres barajados hasta ahora es fácil intuir que una de las ideas fijas de Backer ha sido la de contratar a músicos que supieran fundir el jazz con las últimas tendencias en música instrumental, al margen de categorías. Pero, incluso por encima de ésta, ha prevalecido la de tener cada nombre prometedor y cada estética con futuro bajo las alas de la empresa para la que trabajase en cada momento. La tarea no ha sido fácil: se requería la intuición y la sensibilidad del descubridor de talentos, la sagacidad del especialista en cuestiones de mercado y, sobre todo, un oído muy activo y atento a cada giro del mundo musical.

Las intenciones no han variado sustancialmente, pero el panorama al que se enfrenta Backer en 1992 como máximo responsable de Novus dista mucho de aquél que conoció en sus principios. Los gustos del cliente están ahora dirigidos por otras modas y los propios músicos tienen otros intereses: el cambio se hacía necesario. Desde que, en 1986, Novus cerró un trato con RCA para lanzar al mercado con garantías sus

Institut Valencià de Cultura

Vanessa Rubin.



Steve Coleman.

Hilton Ruiz.

productos, el radio de acción del sello se ha ampliado abarcando casi todo el espectro visible. En su catálogo se encuentran cantantes tan clásicas como Carmen McRae junto a nombres destinados a exponer formas irremediablemente efímeras como Marion Meadows o Warren Hill. El curtido Backer ha aprendido que no sólo hay que satisfacer al melómano, sino que también hay que tener muy en cuenta al audiófilo y al devorador de imágenes llamativas.

Lo último en fusiones tiene su hueco bien cubierto por Steve Coleman y sus compañeros de la tan en boga M-base. El excelente pianista Hilton Ruiz aporta el matiz latino por medio de su imaginativa recreación de estándares, y buena parte del entusiasta y riguroso contingente de investigadores de la historia del jazz (Marcus Roberts, Christopher Holliday, Roy Hargrove, Antonio Hart) se suma al completísimo escaparate con algunos discos verdaderamente suculentos.

Para no dejar ningún cabo suelto, en el catálogo también se encuentran trabajos de difícil clasificación. La primera grabación del estupendo pianista Jason Rebello acusa la producción de su mentor Wayne Shorter y toma un indefinido tinte electro-acústico que no le hace justicia. En el otro extremo, Steve Lacy y Mal Waldron nunca ha sonado mejor que en *Hot House*, una preciosa colección de clásicos que incluye desde el "Petite Fleur" de Sidney Bechet al "House Party Starting" de Herbie Nichols. Todavía se podrían seguir enumerando artistas bajo contrato con Novus y describiendo sus particulares ámbitos musicales, pero también conviene hablar un poco de las funciones del sello como fuerza aglutinadora.

Ya se ha insinuado que hoy es de vital importancia la presentación del producto y los métodos de promoción. En este punto, Novus descarga la responsabilidad sobre la compañía Jazzpizazz, encargada de diseñar las campañas de lanzamiento y hacer llegar, hasta el último comprador, información acerca de cada referencia del catálogo. El esmero que se observa en el diseño de los distintos elementos que componen el disco, desde los textos de contraportada a los grafismos de las cubiertas, está alcanzando los resultados apetecidos y Novus es ya un sello de referencia que ocupa los primeros lugares en las listas de ventas y es respetado por su coherencia en las clasificaciones, no por subjetivas menos reales, de los aficionados más serios.

Institut Valencià de Cultura