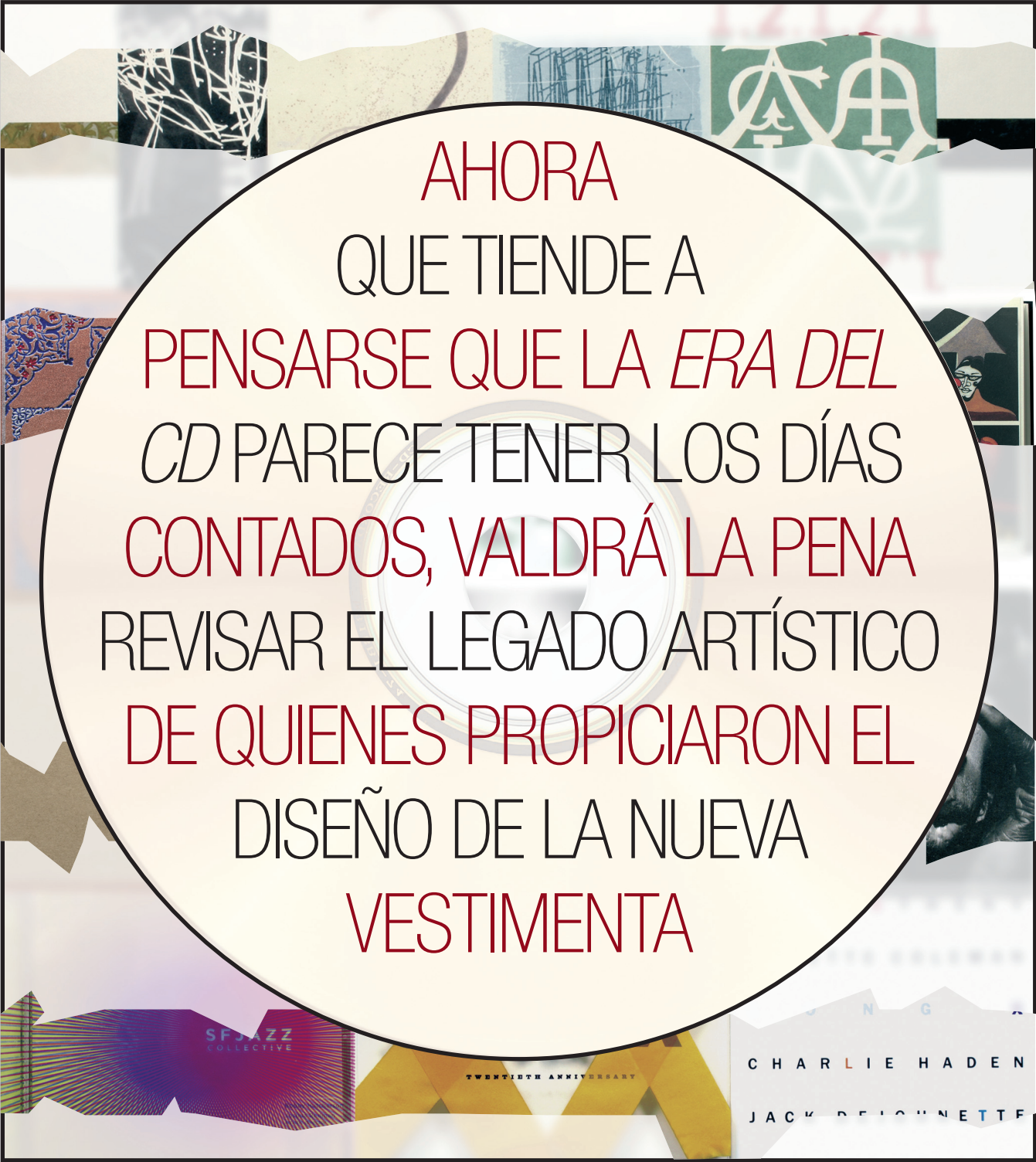
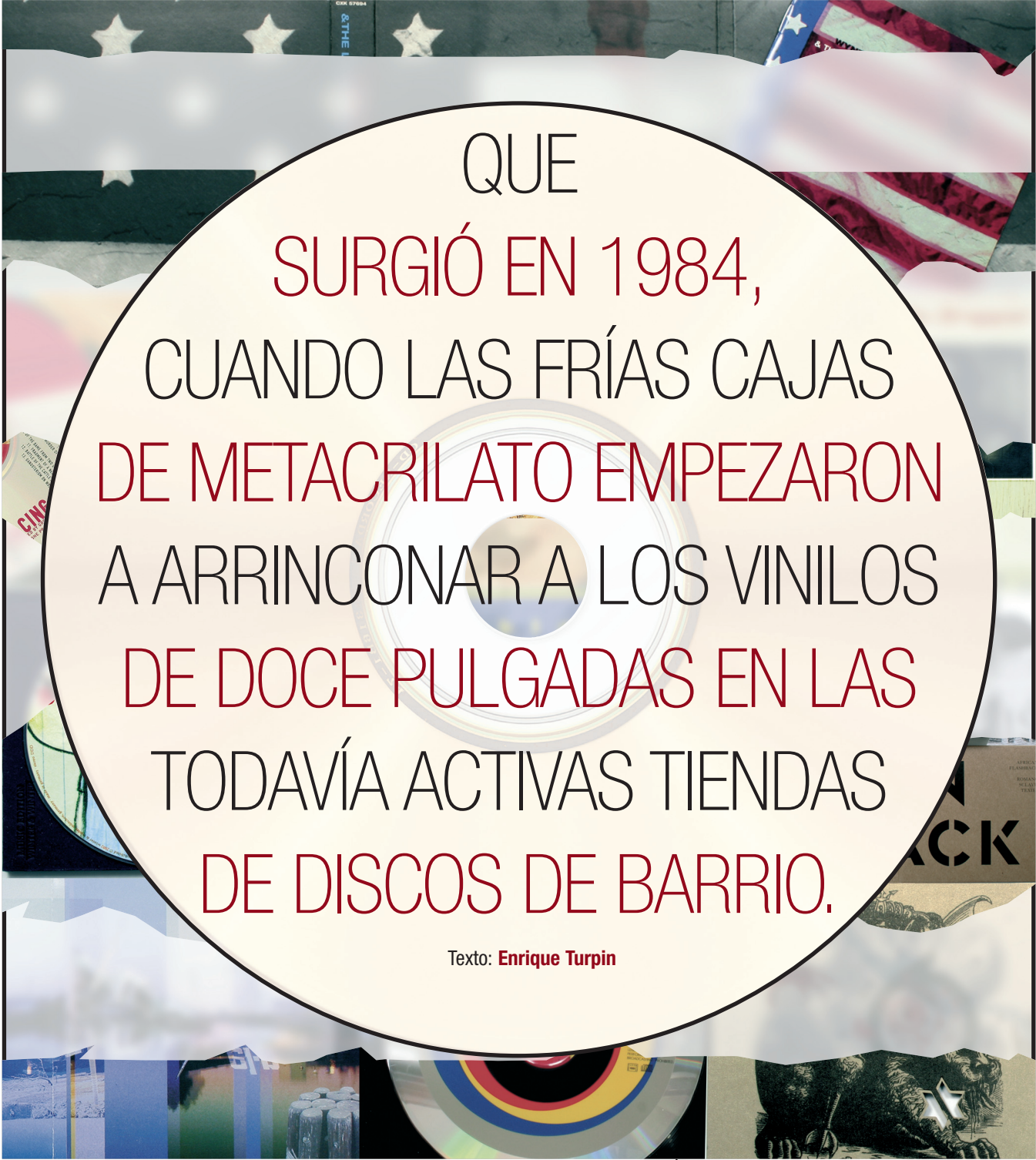




AHORA
QUE TIENDE A
PENSARSE QUE LA *ERA DEL*
CD PARECE TENER LOS DÍAS
CONTADOS, VALDRÁ LA PENA
REVISAR EL LEGADO ARTÍSTICO
DE QUIENES PROPICIARON EL
DISEÑO DE LA NUEVA
VESTIMENTA

el nuevo traje del



QUE
SURGIÓ EN 1984,
CUANDO LAS FRÍAS CAJAS
DE METACRILATO EMPEZARON
A ARRINCONAR A LOS VINILOS
DE DOCE PULGADAS EN LAS
TODAVÍA ACTIVAS TIENDAS
DE DISCOS DE BARRIO.

Texto: **Enrique Turpin**

emperador

Las cajas de metacrilato -ha denunciado Christof Steinmann, de Specialmaterial- son un objeto increíblemente mal diseñado en cuanto a forma, función, manejo, almacenaje, material y calidad táctil. No entiendo que sigan utilizándose si no es por pura ironía”.⁽¹⁾

El pequeño *cedé* empezaba a crear su propia mitología -álbumes dobles que cabían en un solo disco, posibilidad de ofertar tomas alternativas como si de un aparato crítico filológico se tratara, escasos cuidados (podía estar 10 años bajo el agua sin daños aparentes, se publicitaba por aquel entonces...), y demás lindezas-. Es posible imaginar que, en un afán por reivindicar la grandeza de algo que ya ha muerto, a pesar de las reediciones actuales -son escasísimos los músicos de jazz a los que se les permite ofrecer ediciones en vinilo de sus trabajos (Soulive, Courtney Pine, Roy Hargrove, Medeski, Martin & Wood y pocos más que andan en campos del *crossover*), se haya hecho hincapié sólo en el análisis de los precursores y consolidadores del arte de la portada jazzística, que hasta bien entrada la década de los sesenta equivalía a decir también de la música popular. Lo cierto es que el arte de las carátulas de jazz en la *Era del CD* ha mantenido su grandeza, aunque no cabe duda de que se ha producido en unas condiciones totalmente dispares a las que lo viera nacer allá por los últimos años treinta. Hoy sobrevive en ediciones de coleccionista, reediciones y nuevas grabaciones, tanto de discográficas independientes como de *majors*. En todas ellas es posible dar con el esfuerzo artístico de muchos de los nuevos nombres dentro del diseño gráfico, aunque cabe advertir que el trabajo *underground* de muchos sellos pequeños sigue ganando la partida a las grandes corporaciones multimedia, tanto en inventiva como en

riesgo, acaso porque quienes están al cargo de estas casas familiares siguen siendo aficionados que escuchan y apuestan por cada uno de los músicos y artistas de su catálogo, al contrario de lo que ocurre con las multinacionales. Hace escasos meses, Stefan Winter, *alma mater* de Winter & Winter, declaraba que “necesitamos que algo ocurra para que la gente comprenda, de una vez por todas, que el sonido grabado y la música no son únicamente herramientas de entretenimiento, sino que existen como forma artística, como hacer una película, tomar una fotografía o pintar. Se trata de algo más que documentar una interpretación”.⁽²⁾ En efecto, se trata de algo más que documentar una interpretación, se trata de dejar constancia de un hecho artístico de múltiples facetas, completo en la forma como en el fondo: el objeto físico que conduce a una experiencia espiritual, el embalaje de la expresión humana más directa.

► Más allá de la tipografía

En la introducción a *Síncopa negrita*, Jorge García recordaba que la exposición por él comisariada en 2004 recogía las obras de algunos diseñadores gráficos -Alex Steinweiss, Burt Gooldblatt, Reid Miles o Barbara Wojirsch entre otros- especialmente interesados por el uso creativo de la tipografía. “El nexo de unión entre ellos es su trabajo para la industria del disco, concretamente para el disco de jazz, género musical que durante muchos años ha admitido e incluso propiciado la libertad creativa en la presentación visual de sus producciones. Ello sucedió así porque el jazz creció en pequeños sellos independientes cuyos propietarios eran sobre todo aficionados a esta música, que no subordinaron la imagen de los discos a los intereses comerciales y dieron un amplio

el nuevo traje del emperador



margen de expresión a sus diseñadores, frecuentemente entusiastas del jazz, como ellos”, aclaraba García. De hecho, podía trasladarse a cualquiera de los ámbitos artísticos ese uso particular de la tipografía; esto es, dar cuenta de que el espíritu indómito reinante en las jams se trasladaba a su presentación discográfica y evolucionaba unida y paralelamente a la música a la que servía de continente. Pasó el tiempo y el formato LP empezó a convivir con otro par de letras, las del CD. Un número especial de la revista *Rolling Stone* señalaba que “las letras CD no son únicamente una abreviatura de Compact Disc. También marcan la Muerte Segura (*Certain Death*) de la portada de doce pulgadas”.⁽³⁾ Ese número especial de la publicación estadounidense estaba dedicado a las 100 grandes cubiertas de álbum de todos los tiempos, el mismo número que también honraba a Miles Davis con un sentido artículo de Robert Palmer días después de la muerte del trompetista. Quedaba claro entonces que con el retiro forzado de la grabación en vinilo de larga duración sobrevino el fin de una era dinámica en cuanto a la plasmación del arte en las carátulas de los LPs en cualquiera de sus manifestaciones estilísticas y genéricas.

El diseño de portadas fue, de hecho, un arte, especialmente en el campo del jazz, mucho antes de que la explosión sesentera que trajo consigo el Rock’n’Roll borrara los límites entre la mercancía y la expresión artística personal. Pero el éxito meteórico de los Beatles y los Rolling Stones, junto al auge del *underground* americano, potenció el que los artistas surgidos en esos años asumieran gran parte del control sobre la presentación visual de su trabajo. De las 100 portadas seleccionadas entre lo más destacado por los responsables de la votación únicamente aparecen dos de jazz, ambas de Miles Davis: *Bitches Brew*, [CBS, 1970; (Diseño: John Berg; Ilustrador: Mati Klarwein)] y *Tutu*, [Warner Bros.; 1986. (Concepto: Eiko Ishioka; Diseño: Susan Welt; Fotografía: Irving Penn)]. Para el caso que nos ocupa, tan sólo *Tutu* correspondería a lo que venimos llamando la *Era del CD*. Habrá que recordar que en el caso de la exposición *Síncopa negrita*, en el medio siglo que ocupa la retrospectiva, el disco de Davis también formaba parte de la selección, junto al *Music for Large & Small Ensembles* de Kenny Wheeler [ECM, 1990; (Diseño: Barbara Wojirsch)], *Standards, Vol. 2* del trío de Keith Jarrett [ECM, 1985; (Diseño: Barbara Wojirsch)] y la colaboración de Pat Metheny y Ornette Coleman en *Song X* [Geffen, 1985; (Diseño: Norman Moore)]. Tampoco en *Vinyl. Records and Covers by Artists*, de Guy Schraenen hay rastro alguno de un disco de jazz desde la aparición del CD en 1984 (el catálogo de la exposición llega hasta 2004). Pobre perspectiva si lo que se pretende es analizar el último cuarto de siglo de producción artística en la historia gráfica del jazz.

► Un poco de historia

A principios de la Segunda Guerra Mundial, se estimaba que las *jukeboxes* solas consumían treinta millones de discos al año. “En cinco cortos años -declara Eric Kohler-, la industria fonográfica pasó

“EL ESPÍRITU INDÓMITO REINANTE EN LAS JAMS SE TRASLADABA A SU PRESENTACIÓN DISCOGRÁFICA Y EVOLUCIONABA EN PARALELO A LA MÚSICA QUE SERVÍA DE CONTINENTE”



pareja de compositores Rodgers and Hart. Lo que hizo especial ese lanzamiento fue la presentación de los volúmenes: tenían un diseño de portada a color realizado por Alex Steinweiss, logrando un éxito inmediato y cambiando él sólo con sus 23 años de edad la forma de empaquetar y comercializar la música hasta el día de hoy.

Cuando Columbia introduce el “Long Playing Microgroove” de 33 1/3 en el año 1948, la idea del almacenamiento musical da un giro poderoso: aparecen los primeros discos *conceptuales*, hechos a la medida del nuevo formato y utilizando todos los recursos que el artista puede disponer a su alcance. En 1955 llega a las tiendas de discos la versión 12 pulgadas de *The Voice* (Columbia), el primer LP conceptual de Frank Sinatra, reedición de los cuatro volúmenes a 78 rpm también grabados para Columbia en 1945 y editados en marzo de 1946. De los cuatro minutos por cara se pasó a un total de algo más de los 50 minutos que podía almacenar el microsurco, con lo que los aficionados -sobre todo de clásica- podían disfrutar del programa sin cortes, gracias todo ello a las investigaciones de Peter Goldmark. Pasarán algunos años, llegará la guerra de las velocidades -RCA Victor contraatacó con el 45 rpm-, pero a mediados de la década de los 50 las discográficas ya había adoptado el nuevo formato LP para todos sus productos. Un ejemplo: en 1955, Blue Note saca al mercado sus primeros 12 pulgadas, iniciándose una prolífica colaboración entre el diseñador Reid Miles y el fotógrafo Francis Wolff. El resultado será el establecimiento de un estilo, que incluye grabación, prensado y cubiertas. “Los detalles hacen la diferencia”, dirá entonces Wolff. La aventura es de sobra conocida, aunque vale la pena recordar que fue en 1984, en los primeros pasos del nuevo formato CD, cuando Bruce Lundvall decidió revitalizar el sello entonces en manos de Capitol Records.

Bob Blumenthal ha advertido que “la emoción que provoca el pequeño animalillo que es el típico envoltorio de un CD, en comparación con un LP codiciado, es la misma que provoca una lámina en comparación con el lienzo original (...). Como transmisor de imágenes y texto, el CD parece y es deficiente (...). Las bendiciones de la era del compacto no

de la cercana extinción con ventas de 5,5 millones de copias, a una industria con gran potencial de marketing y ventas que alcanzaban los 48,4 millones de copias”.⁽⁴⁾ Ya en 1940, la forma de poner en el mercado la música daría un vuelco definitivo con la aparición de un álbum de Columbia Records en forma de cuatro entre-gas a 78 rpm de los éxitos musicales de la

Envoltorios: un nuevo objeto de deseo (un intento de catálogo)

Forma

(tratamiento del papel y materiales)

• Artista:

Tim Berne, Tom Raney y Drew Gress

• Título:

Please Advise (1998)

• Discográfica:

Screwgun

• Diseño:

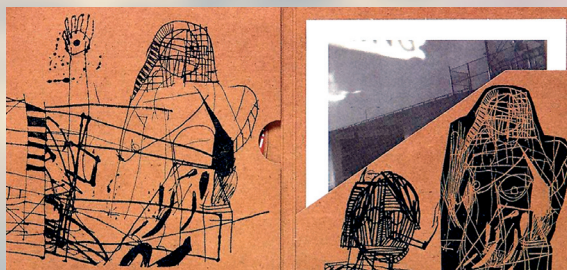
Stephen Byram, USA

• Ilustración:

Stephen Byram

• Tratamiento:

Papel sin estucar



• Artista:

Guy Klucevsek y Alan Bern

• Título:

Accordance (2001)

• Discográfica:

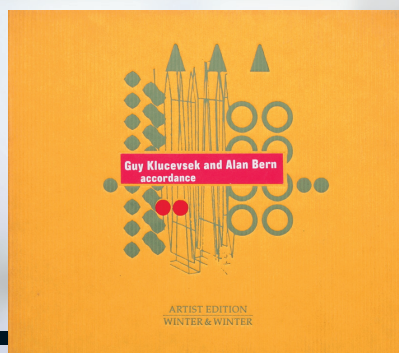
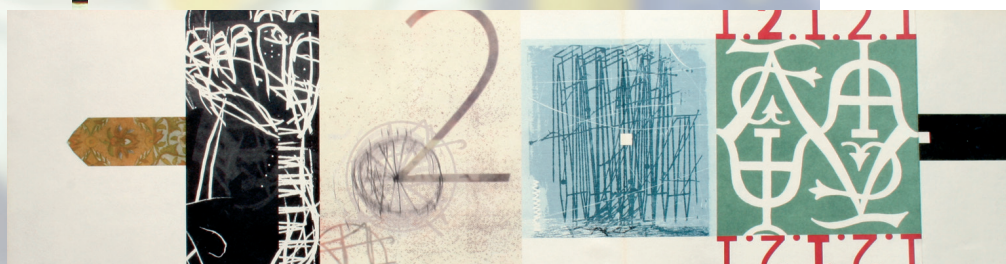
Winter & Winter

• Diseño:

Stephen Byram, USA

• Tratamiento:

Cartón ondulado y estampación



► están todas al mismo nivel, y cuando se refieren al envoltorio ni siquiera existen (...) Ya no pueden conmovernos con la fuerza de una cubierta de disco, porque el envoltorio de un disco compacto es, por definición, una cosa menor. La triste verdad es que con la llegada del CD, escuchar jazz es una experiencia que ha perdido una preciosa dimensión”.⁽⁵⁾ Con tener parte de razón -obvia en cuanto al tamaño, que sí importa-, lo que viene a continuación tratará de contrarrestar, cuando no de contradecir, opiniones en exceso contundentes y ajenas a la verdad en cuanto al formato de la carátula del jazz actual.

► El Arte de portadas en la Era del CD

El disco compacto se ha convertido en el sucesor natural del vinilo, y desde esa perspectiva de afianzamiento de su dominio frente al formato de microsurco, los diseñadores empezaron a dirigir sus esfuerzos experimentales en la década de los ochenta hacia el pequeño estuche de plástico que se abre en bisagra, en lugar de la funda plana de 30 cm de lado -la cinta de casete no dejó nunca de ser un pobrísimo sucedáneo del arte de las carátulas del vinilo-. En la pequeña biblia del *packaging* de CD contemporáneo, la editora Charlotte Rivers señala algo ya advertido con anterioridad en relación al grado de experimentación con el nuevo formato; esto es, que la mayor parte de los diseñadores no convencionales pertenece u ofrece sus servicios a discográficas alejadas de las tendencias comerciales dominantes. Son ellas las que conceden mayor libertad a los diseñadores que buscan interpretar visualmente la música que desean ofrecer en sus catálogos, desde el lounge al hip hop, el dance o, cómo no, el jazz. Tanto las consideraciones comerciales -homogeneización del producto, estética corporativa y auge del concepto de “logo” que impiden correr cualquier tipo de riesgo, como las consideraciones prácticas -distribución, almacenaje, exposición en tiendas ya no especializadas y archivo doméstico del producto- han propiciado cierta desidia estética en el formato CD, aunque la llegada del *digipak* (funda de cartón de una pieza con una bandeja de plástico adherida para colocar el CD, tan cercana en espíritu a las fundas dobles de los LP) empieza a ser un sustituto práctico y aceptado de la caja de metacrilato, tanto por la calidez que desprende como por ser más respetuosa con el medio ambiente. La alternancia con el *digifile*, más económico y sencillo (mismo formato que el *digipak*, pero exclusivamente fabricado en cartón y troquelado con cortes longitudinales que sostienen el disco y el folleto) ha abierto nuevas vías de expresión a la persistente rigidez del formato. A todo ello debe añadirse la aparición hace escasos meses de la *Super Jewell Box*, un retorno a la caja de metacrilato, aunque con un diseño embellecido y más práctico (sistema de apertura lateral a presión, libretos que se consultan con menos esfuerzo y sufren menos deterioro

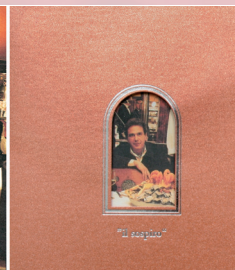
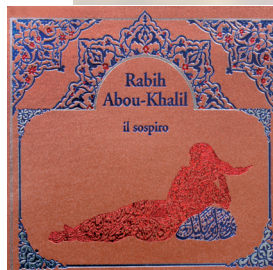
tras las pertinentes consultas), pero igualmente frías, frágiles y poco sufridas. “Prefiero los envases de cartón porque este material envejece de manera mucho más hermosa”,⁽⁶⁾ ha dicho con razón Stefan Sagmeister, de Sagmeister Inc.

El avance de las nuevas tecnologías, con el archivo MP3 a la cabeza, no sólo comportan consecuencias económicas para la industria musical, también amenazan con dejar obsoleto el formato CD. Muchos consumidores amantes del objeto musical (experiencia táctil y auditiva a la vez) no dejarán de hacerse con la versión física de los trabajos, pero ya son legión quienes no dan importancia a los elementos adicionales y se contentan sólo con la música de un intérprete que ya ha quedado en la sombra. “Hace falta valor. Frente a la continua degradación del disco, como objeto físico y como concepto, algunas compañías ofrecen lanzamientos panorámicos y profundos, en forma de CD más libro. Antologías que potencian su utilidad al presentarse como objetos compactos y manejables”.⁽⁷⁾ Parece que todavía hay esperanza. Esperanza puesta, ciertamente, en la valoración de la carátula de CD como objeto estético. Así concibe el cambio Nat Hunter, de Airside, para quien “La carátula de un álbum es hoy más importante que nunca. Puedes descargar cualquier tipo de música de Internet, pero si la carátula es interesante, existe una razón para comprarla”.⁽⁸⁾ En ese estado de cosas cabe ofrecer el parecer de Chris Murphy, de Fällt, ya que defiende la opinión de que “Ilegaremos a ver que el auge de la distribución electrónica de la música hará aumentar el interés por las posibilidades del envoltorio físico”.⁽⁹⁾

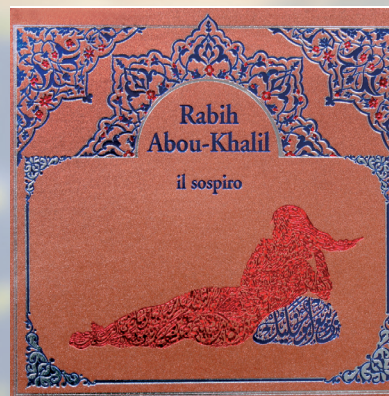
► El arte de la reedición

Nada garantiza que cuando las cosas empiezan a hacerse bien sigan el camino de la sensatez. Desde que el formato CD salió a la luz, muchos han sido los intentos por recuperar los documentos sonoros que pudieran ser de interés para el interesado o simplemente iniciado en la música que nos ocupa. Es cierto que el poco camino recorrido por las discográficas en un principio con el nuevo soporte digital las llevó a perseguir el negocio sin norte, recuperando a lo sumo las portadas originales y embutiéndolas en la carátula-transparente-fácilmente-rayable. Tal es el caso de los primeros Verve, Blue Note y Columbia, cuya recuperación satisfizo a una buena mayoría hasta que se empezó a entender que la información digital no suponía mejoras sustanciales de calidad sonora ni formal (créditos minúsculos, ausencia flagrante de creatividad, baja fidelidad y alta fragilidad). Poco a poco empezaba a helarse el rictus de satisfacción inicial, contagiado por los no menos entusiastas sibaritas provenientes de la música clásica, ya un tanto escamados con la calidad final del producto, aunque superados por la importante cantidad de nuevos proyectos que se les ofertaban. La situación abarcó aproximadamente una ►

- Artista: **Bugge Wesseltoft**
- Título: **Moving (2001)**
- Discográfica: **Jazzland**
- Diseño: **Hakon Kornstad**
- Tratamiento: **Digipak con tipografía transparente**



- Artista: **Rabih Abou-Khalil**
- Título: **Il Sospiro (2002)**
- Discográfica: **Enja**
- Diseño: **Setsmografics**
- Tratamiento: **Grabado sobre papel purpuríneo**



- Artista: **Atomic**
- Título: **Boom Boom (2003)**
- Discográfica: **Jazzland Acoustic**

- Diseño: **Nicolai Schaannig Larsen**
- Tratamiento: **Cartón sin estucar**

► década, tiempo suficiente para comprobar las posibilidades del producto y gestionar con solvencia la mercancía por parte de las multinacionales, que poco a poco fueron entrando en un proceso de reunificaciones, disoluciones, absorciones y maridajes de lo más diverso. Hubo mucho baile de siglas: AAD, ADD, DDD (las más queridas en un principio, ya que suponían el tratamiento digitalizado desde los primeros pasos de la grabación hasta la edición final: siglas que ahora ya han desaparecido de la información de la contraportadilla), o bien DMM (Direct Metal Mastering). Pronto se pasó a la guerra de los bits en la transferencia digital, desde los 16 iniciales a los 24 hoy ya estandarizados a 96 kHz. Éste quizá fue el momento en el que el comprador empezó a sospechar que el timo discográfico empezaba a tomar forma: en su afán por apreciar en toda su dimensión musical esa forma de arte llamada jazz no podía soportar estar perdiéndose 4, 8 ó 16 bits de información vital para el feliz disfrute de sus ídolos (nada nuevo, ya pasó en la era del vinilo con el Stereo, la New Orthophonic High Fidelity o el Quadraphonic Sound). La sospecha del oyente-víctima trajo consigo un veloz posicionamiento de las empresas, que empezaron a embadurnar con tomas alternativas y nuevos ensayos o presentaciones lo que había sido comprado escasos años o meses atrás, si es que no se aprovecharon las constantes ofertas de material desfasado en stock con el que todavía siguen engañando las multinacionales; se trata de engaño sin paliativos, puesto que disponen de información privilegiada sobre lanzamientos inminentes,

descatalogaciones, avances técnicos o reediciones más completas, a las que el particular ha venido asistiendo hasta que el cansancio y la pataleta le ha abocado con tristeza, desencanto y no pocas dosis de rabia incontinente a E-Mule, Ares, etcétera.

Decía que nada garantiza que cuando las cosas empiezan a hacerse bien sigan el camino de la sensatez. En pleno auge de la reedición de lujo, algunas discográficas han seguido ofreciendo productos de escasa calidad, cuando no directamente vergonzosos: ha pasado con las series Original Sound de Atlantic, fraguadas con la ligereza que hace escamotear información y fidelidad decisivas a quien se impone la compra del producto, no así a quien acude a las descargas -un mortal muy distinto dentro del mundo del jazz-, y vuelve a pasar en la serie Originals de Impulse!, un paso atrás en lo que empezó siendo un tratamiento modélico del legado artístico del sello impulsado por Creed Taylor (palidecen respecto a las remasterizaciones y envoltorios de años atrás).

Pero en el asunto de las reediciones hay alegrías que cabe mencionar para satisfacción de completistas y promotores. Una sería la austera sencillez que muestran las reediciones de RCA Victor, que mantienen aspecto e información originales, con sonido digno y sin pérdida informativa sustancial. Su filial Bluebird lanzó a finales del milenio una serie de First Editions en *digipak* que resultaron modélicas: arte y

Forma

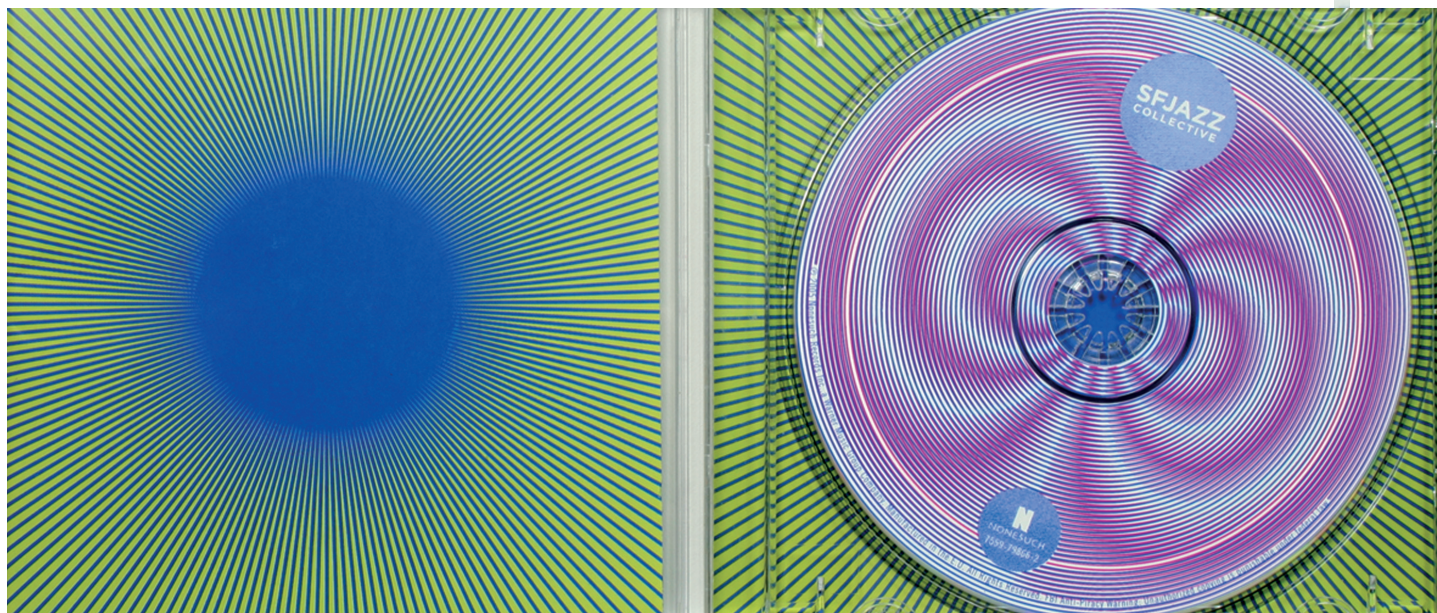
(tratamiento del papel y materiales)

- Artista:
Pat Metheny / Ornette Coleman
- Título:
Song X (1985/2005)
- Discográfica:
Geffen/Nonesuch
- Diseño:
Norman Moore/Doyle Partners
- Tratamiento:
Sobrecubierta plástica serigrafiada



- Artista:
Bojan Z
- Título:
Xenophonia (2006)
- Discográfica:
Label Bleu
- Diseño:
Eits/Jérôme Witz
- Tratamiento:
Sobrecubierta troquelada





- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| • Artista: | • Diseño: |
| SF Jazz Collective | Doyle Partners |
| • Título: | • Tratamiento: |
| SF Jazz Collective | Sobrecubierta |
| (2005) | plástica |
| • Discográfica: | serigrafiada |
| Nonesuch | |



textos originales, nuevos ensayos y material gráfico, tomas alternativas, remasterización supervisada, diseño atractivo y precio asequible. Algo parecido hizo Sony Music con el legado de la Columbia/Epic/CBS/CTI, ofreciendo productos que merecían la inversión del comprador, recontextualizados y enriquecidos para evitar la dolorosa sensación de volver a adquirir lo mismo que acaso ya se tenía en casa. Caso aparte merece el relanzamiento de Verve a mediados de los años noventa. Pronto se propuso una política de recuperación de fondo que trajo consigo el beneplácito del más exigente de los *jazzfanatics*. La estrategia consistía en ofertar varias series en las que incluir lo sustancial del catálogo clásico de Verve, desde Jazz at the Philharmonic a la multitud de sub-sellos englobados en el grupo Polygram, luego Universal

Music Group, más tarde Universal Music Company: La Verve Master Edition (VME), con semejanzas importantes a las que ya se han adelantado para Bluebird, y que incluye incluso cajas como la de *Ella Fitzgerald Sings the Duke Ellington Song Book*, rediseñado por Valerie Wagner en 1999. Paralela a la VME se encuentra Verve Elite Edition (VEE), que altera el formato original

añadiendo la fecha de edición original en el lateral derecho del *digipak* y recupera trabajos en otros sellos del grupo hasta agotar la tirada inicial y sin posibilidad de reedición futura. Es el caso de la grabación para Decca de George Russell *Sextet at the Five Spot*, rediseñado por cc+ng for growingstudio en 2000. Más discreta pero no menos valiosa es la serie Verve by Request (VbR), que comprende la edición en formato CD por primera vez de piezas queridas del catálogo de la casa y material extra semejante a los ya mencionados, donde sobresalen piezas tales como *Give Him the Ooh-La-La* de Blossom Dearie, cuyo diseño corre a cargo de Sung Lee/Stain, 1998, también director de arte de toda la serie VbR. Mención especial merece la serie Long Play Reproduction (LPR), pues hizo las delicias de muchos aficionados que conocían las excelencias de las apreciadas reediciones facsimilares japonesas. Algún iluminado intuyó que en occidente también se apreciaría la osadía y fue el momento decisivo para ofrecer cierto mimo al amante del disco de jazz: reproducciones facsimilares de los álbumes originales, ya fueran sencillos o *gatefold*, estricta observancia del arte, notas y música originales, envoltorio en cartón endurecido, gamuza protectora del CD, dobladillo ampliado de los créditos originales y recuperación de rarezas de la misma Verve o catálogos filiales como Argo, Smach, Impulse!, EmArcy; sólo faltaba la funda de plástico rígido para emular por completo las queridas reediciones niponas. Para muestra de lo señalado cabe mencionar la carta de presentación de Billy Mitchell en *This is Billy Mitchell*, reed. 2003.

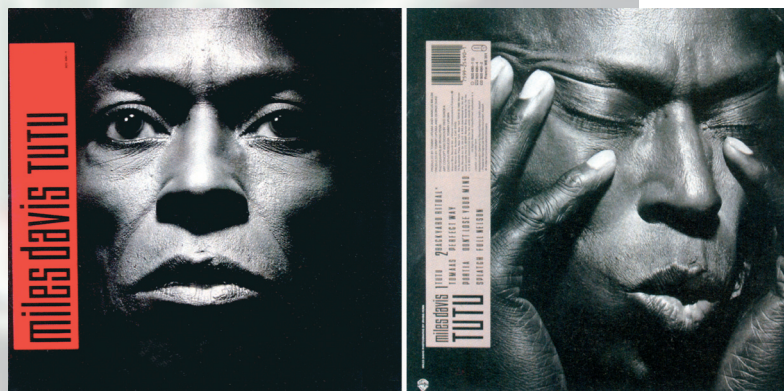
Blue Note ha resuelto la encrucijada de dar salida a su fondo ►

el nuevo traje del emperador

“EN PLENO AUGE DE LA REEDICIÓN DE LUJO, ALGUNAS DISCOGRÁFICAS HAN SEGUIDO OFRECIENDO PRODUCTOS DE ESCASA CALIDAD, CUANDO NO DIRECTAMENTE VERGONZOSOS”



Contenido (imágenes y tipografía)



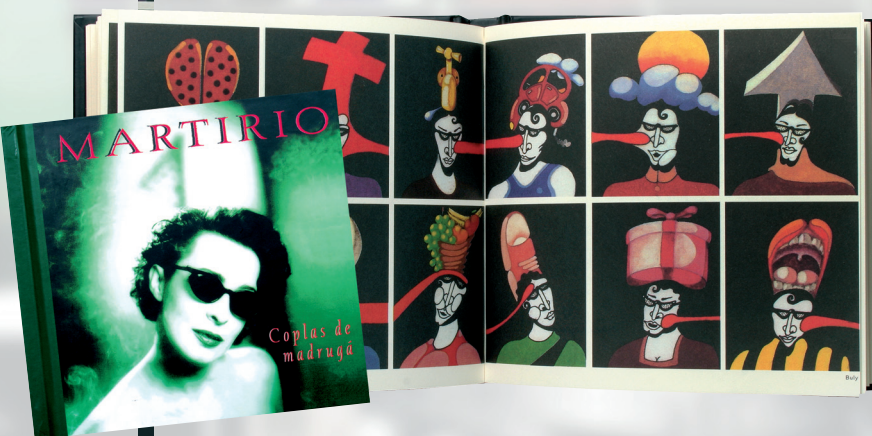
- Artista: **Miles Davis** • Título: **Tutu (1986)**
- Discográfica: **Warner Bros.** • Diseño: **Eiko Ishioka**
- Fotografía: **Irving Penn**

▶ de catálogo con dos estrategias memorables: la primera tentaba al aficionado con productos de élite, jugando a la seducción tras el epígrafe *Connoisseur* que aplicaba a los trabajos más buscados y a los rescates más deseados de su extenso catálogo, con precios inflados por la edición limitada correspondiente. Cuando la balanza empezó a flojear, la casa recuperó la alargadísima sombra del ingeniero de sonido de jazz más importante de la segunda mitad del siglo XX y creó para Rudy Van Gelder una serie propia –The RVG Edition– con la intención de remasterizar su legado desde 1953 y el ajeno. Prueba de su buen hacer no sólo son las revisiones propias del catálogo, sino las de algunos clásicos de la casa: lo que hizo con Thelonious Monk, *Genius of Modern Music, Vols. One & Two* no tiene desperdicio, todo ello sin arruinar la economía del incauto melómano. Las ediciones, en el mercado desde finales de los noventa, vienen enriquecidas con tomas alternativas, fotografías inéditas de Francis Wolff durante las sesiones de grabación, notas originales más nuevos ensayos de Bob Blumenthal recontextualizando el alcance de las piezas, y arte original, aunque se mantiene el metacrilato como material de derribo (a pesar de que el lomo de la bisagra ya es transparente, lo que aporta ligereza a la caja).

La Deluxe Edition de Universal, donde ahora reside el catálogo de Impulse! ha sido abanderada de las ediciones exhaustivas que ya se venían ofreciendo en el mercado de la música pop. La gracia alcanzó, entre otros, a John Coltrane, cuyos trabajos fueron preparados con sumo mimo por los responsables de la casa, ya desde la sencillez *digipak* de los facsímiles de todo el periodo Impulse! del saxofonista, hasta las mencionadas Deluxe Edition –*A Love Supreme y Ballads*–, auténticos cofres del tesoro con sorpresas extraordinarias, como ya conocerá el aficionado atento.

Parecido tratamiento ha recibido el legado de Miles Davis en Columbia con las Legacy Edition de Sony BMG: si de Coltrane se descubrió la rumoreadísima versión en sexteto de *Acknowledgement*, el primer movimiento de *A Love Supreme* junto con la toma en directo del cuarteto en el festival de Antibes; de Miles Davis se reconstruyó su *'Round about Midnight* con la toma en directo de la grabación en estudio del primer gran quinteto del trompetista. Durante la década de los noventa, Sony ya se dedicó a recuperar con sumo cuidado la carrera eléctrica de Miles, aportando la tecnología Super Bit Mapping (SBM) y el testimonio escrito de críticos y colaboradores cercanos al artista.

En este escueto repaso al arte de la reedición, sería caer en la irresponsabilidad y la ingratitud el dejar pasar la oportunidad de resaltar proyectos realizados con medios más humildes que logran un producto logrado, con gusto, respeto y



- Artista: **Martirio** • Título: **Coplas de madrugada (1997)**
- Discográfica: **El Europeo**
- Diseño: **Arturo Iturbe, Iñigo Pérez y Pablo Sycet**
- Tratamiento: **Discolibro**



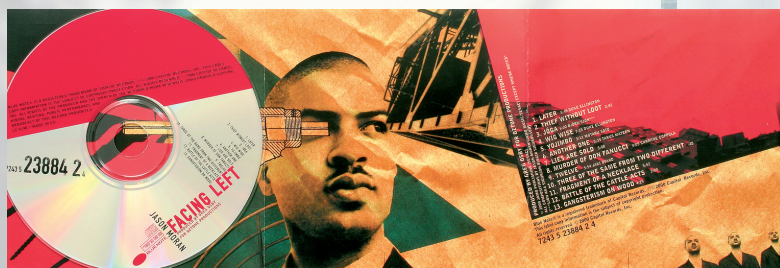
- Artista: **Wynton Marsalis**
- Título: **Blood on the Fields (1997)**
- Discográfica: **Columbia/Sony Music**
- Diseño: **Josephine DiDonato**
- Tratamiento: **Digipak triple**

solvencia. Entre ellos destacan las cajas monográficas que la casa francesa Saga ha dedicado a Billie Holiday, Django Reinhardt, Charlie Parker o, últimamente, a Louis Armstrong: profusión de documentación original a color, extenso libretto de notas y repaso histórico tema a tema, ensayo biográfico y formato en triple CD (con dibujo de surcos en imitación de baquelita o vinilo, según la época), todo ello diseñado por Element-s, o lo que es lo mismo, por Alexie & Jérôme Witz. Del mismo modo, Günter Mattei ha logrado dotar de entidad particular las reediciones de la serie JMT Edition de Winter & Winter, al recuperar el arte de las portadas originales de las 81 entradas del catálogo y montar sobre cartón negro laminado característico del sello de Stephan Winter un sencillo juego de policromía y referencia del producto: un número de volumen en blanco y su global correspondiente en rojo sobre fondo negro o variantes contrastadas de los mismos colores, dispuestos sobre un adhesivo que abarca ambos lados del cartón e incluye créditos en los colores mencionados, a los que se les añade un gris diferenciador. En el interior se incluye el libretto original del trabajo. El resultado ofrece una obra de ingeniería industrial que quita el hipo por su sencillez extrema y su efectividad, todo bajo la perspectiva de la mejor tradición germánica de austeridad, eficacia y buen hacer.

► Algunas obras de Arte Mayor

No siempre ocurre, pero a veces el buen hacer se alía con propuestas sesudas y enjundiosas que desean acercarse al arte musical que tratan de revalorizar, cuando no de potenciar en pos de ventas o prestigio –por más que últimamente el prestigio se confunda con las ventas-. A pesar de cambios de estrategias de mercado o cambios en el nombre de las discográficas de calado global, algunas de ellas no han renunciado a proseguir empresas extendidas en el tiempo con costosas producciones ejecutivas. Una de las más significativas ha sido la integral de Miles Davis en Columbia, multipremiada desde hace ya una década. Acaba de aparecer *Miles Davis: The Complete on the Corner Sessions* (Alice Butts & Howard Fritzson, Columbia/Sony BMG, 2007) y no se ha bajado el listón en ningún momento: funda metálica *slipcase* y troquelado en relieve a todo color con los diseños originales de Corky McCoy, encuadernación con lomo metálico y rotulación grabada, libretto exhaustivo, ensayos iluminadores de los Grammy-winners Bob Belden y Michael Cuscuna, testimonios de la época, tomas alternativas, remasterización cuidadísima y, por encima de todo, afán de posteridad.

Este tipo de materiales discográficos cuesta llevarlos a cabo si no es con el respaldo de ►



- Artista: **Jason Moran** • Título: **Facing Left (2000)**
- Discográfica: **Blue Note**
- Diseño: **P.R. Brown** (Bau-da Design Lab L.A.)
- Fotografía: **Michael Wong**



- Artista: **Medeski Martin & Wood**
- Título: **The Dropper (2000)** • Discográfica: **Blue Note**
- Diseño: **Chippy** (Heung-Heung Chin)
- Fotografía: **Danny Clinch**



- Artista: **Jim Black** AlasNoAxis
- Título: **Splay (2002)**
- Discográfica: **Winter & Winter**
- Diseño: **Stefan Winter**,
- Ilustración: **Yosimoto**

Nara • Tratamiento: **Cartón ondulado y estampación**



- Artista: **Matthew Herbert**
- Título: **Matthew Herbert Big Band (2003)**
- Discográfica: **Accidental**
- Diseño: **Hopper**
- Tratamiento: **Cartón en sobrecubierta y superposiciones de papel troquelado**



el nuevo traje del emperador

Contenido (imágenes y tipografía)



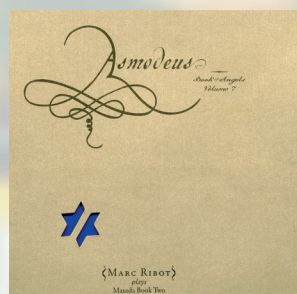
► una multinacional que se preste a la labor casi de mecenazgo a la hora de afrontar los elevados costes de producción de las piezas. De no ser así, tampoco habría sido posi-

ble contar con las hermosas cajas dedicadas a dos de las estrellas en el firmamento Verve en el desenlace de sus carreras artísticas: Charlie Parker y Billie Holiday. De la cantante universal, tras la reedición de todas sus grabaciones vinculadas a Norman Granz y Verve, apareció *Billie Holiday*:

The Complete Verve Studio Master Takes (Hollis King & Isabelle Wong/Isthetic, Verve/UMG, 2005); del saxofonista, ofrecido también todo su repertorio, se le homenajeó con *Charlie Parker: The Complete Verve Master Takes* (Hollis King & Tomoko Hada, Verve/UMG, 2003). Ambas cajas metálicas con sus bisagras correspondientes y la serigrafía de los protagonistas ofrecen un diseño de carpetillas que se abre en acordeón y se sirve de la imaginación de los artistas gráficos para reelaborar el material de época y las incorporaciones de nuevo cuño de Leslie Jean-Bart y otros tantos aventajados.

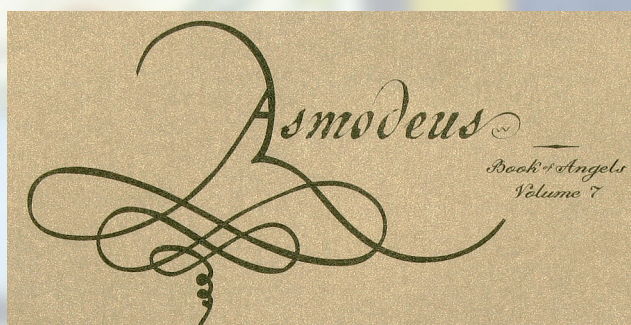
- Artista: **El-P** • Título: **High Water (2004)**
- Discográfica: **Thirsty Ear**
- Diseño: **Cynthia Fetty & Loretta Wong**

- Artista: **Marc Ribot**
- Título: **Asmodeus. Book of Angels, vol. 7 (2007)**
- Discográfica: **Tzadik**
- Diseño: **Chippy (Heung-Heung Chin)**



A quienes siempre fascinó el toldo del Village Vanguard, en 1997 tuvieron la oportunidad de llevárselo a casa impreso en la placa metálica frontal que acompañaba a la edición definitiva de Coltrane: *The Complete 1961 Village Vanguard Recordings* (Hollis King & Geoff Gans, Impulse!/MCA/GRP, 1997), un total de 4 CDs con material inédito, libreto iluminador y numerosas ilustraciones

del saxofonista a cargo de reputados artistas, tales como Dave Ellis, Greg Chirstie, Alex Skorupski o Alan Nahigian.



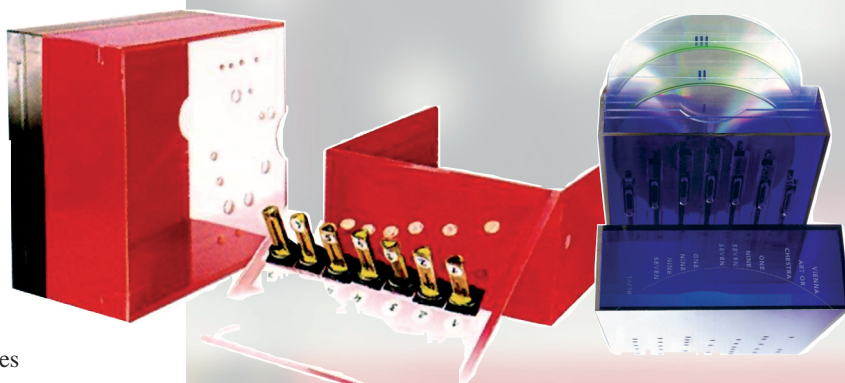
Para los amantes de la nobleza del cartón, la casa original de las primeras grabaciones de *Bird* puso en circulación la referencial *Charlie Parker: The Complete Savoy and Dial Studio Recordings, 1944-1948* (Chistian Calabró para growingstudio, asistido por Nancy Guggenheim & Ana Teixeira, Savoy/Atlantic, 2000). El asunto es de toma-pan-y-moja: cartón plastificado externo montado en cuaderno de espiral que cierra con lengüeta y esconde un libreto impecable, facsímiles de los contratos de Parker en las guardas del cuaderno y ocho CDs enfundados también en cartón tintado; todo ello preservado con una fajilla que reproduce el retrato de un sonriente Charlie Parker, acaso orgulloso de lo que muestra al mundo ese lustro de producción (44-48) o quizá satisfecho prospectivamente con lo que iba a ser su integral de grabaciones para las humildes Dial y Savoy.

Por último, cabe destacar el trabajo futurístico que Columbia ofreció dentro de la serie Legacy para la retrospectiva de Herbie Hancock. Su homónima *Herbie Hancock Box* (Rance Brown & Sara Syms, Columbia Legacy/Sony Music, 2002) echaba la vista 17 años atrás y sampleaba 25 álbumes en 34 cortes. El propio pianista se dedicaba a comentar detalladamente la selección, que contiene además algunos temas inéditos. Se trata de un cubo transparente montado en una doble C con guías al bies en los laterales para desplazarlas. Los cuatro CDs se presentan expuestos en vertical gracias a unos cortes transversales que los fijan a las paredes de la caja casi por arte de magia. El libreto juega con cromatismos ácidos (plata y naranja) y fotografías que rápidamente reflejan su negativo. También se observa unas ranuras laterales para su fijación vertical. El resultado es una caja venida del espacio, la nave espacial en la que viaja la música inmarcesible del mago del piano clásico y la sintetización extrema.

► Punto y seguido

A pesar de que la catalogación de las nuevas formas de entender los soportes tradicionales en el mundo del jazz —y por ende el de la música en general— constata un vertiginoso *work in progress*, ya resulta pertinente avanzar que las formas de digitalización de datos tienden a presentar el disco como una propuesta multisensorial, visual y táctil, autónoma, sublimando así la experiencia para alcanzar nuevas vías de comunicación artística, más allá del objetivo fundamental que continúa siendo el de contener la música que se desea almacenar y preservar. Lo cierto es que se ha vuelto a los gloriosos años en que la exploración interdisciplinar dotaba al objeto del disco de dimensiones insospechadas. Este esperanzador orden de cosas no es más que la respuesta a la desidia que ha acompañado a la superproducción de CDs o DVDs distribuidos en feos cajas de plástico, baratas y destinadas a desecharse cuando se vuelca la información en el ordenador o en el MP3. El escaso atractivo que acompañó al nuevo formato digital ha ido puliendo las propuestas de las discográficas sobre el asunto, tratando de resolver la cuestión que ya adelantaba José Manuel Costa hace unos años sobre “cómo volver a asociar la música o la imagen en movimiento a un objeto”. El valor añadido del objeto ha sido una de las claves de trabajo decisivas. El panorama de las tomas alternativas, los extras, ha vivido un reflujo permanente, una retroalimentación provechosa entre el formato CD y el DVD: las tomas alternativas de la música de jazz se han traspasado a las tomas desechadas de las películas; las versiones extendidas por los problemas de minutaje del soporte vinílico —recuérdese por ejemplo *Duke Ellington at Newport* (1956/1999), con ¡100 minutos extras!— han dado paso a los montajes del director, escenas antes supri-

Ampliar la experiencia



- Artista: **Vienna Art Orchestra**
- Título: **Little Orchestra (1997)**
- Discográfica: **Verve/Amadeo/Polygram**
- Diseño: **Elisabeth Kopf**
- Caja musical y composición: **Martin Zrost**



- Artista: **Michel Portal** • Título: **Minneapolis 123 (2002)**
- Discográfica: **Universal/EmArcy** • Diseño: **Jérôme Witz**
- Fotografía: **Guy Le Querrec (Magnum)**



- Artista: **Romano • Sclavis • Texier • Le Querrec**
- Título: **African Flashback (2005)**
- Discográfica: **Label Bleu**
- Diseño: **element-s, Jérôme Witz y Gilles Guerlet**
- Fotografía: **Guy Le Querrec (Magnum)**

► midas del montaje final, etc; al mismo tiempo, el formato DVD ha llegado al mundo del embalaje musical, y no son pocos los productos que se ofrecen con actuaciones filmadas en directo, los pertinentes cómo-se-hizo, los clips videográficos de los singles y otros tantos extras de rigor (vid): el score para *Fatty & Mabel Adrift* de Dave Douglas *Keystone*, 2005, con dirección artística de Stephen Byram. Efectivamente, “de lo que se trata es de ir más allá de las asociaciones recibidas, de aprender una nueva forma de valorar los datos y objetos. Una percepción muy nueva de la música, de la cultura, de la vida en general”, tal y como sugieren las palabras de Costa, y pone como ejemplo el trabajo de las discográficas nórdicas Rune Grammofon y Negativland. El asunto es imprimir carácter a las creaciones independientes, pues parece que las *major* se dedican a otros propósitos más acuciantes y menos contemplativos: la obsesión obscena por ganar más dinero de la cuenta un día sí y otro también.

Desde el norte llegó Bugge Wesseltoft con el sello Jazzland y renovó parte de la inventiva entorno al *packaging* de CDs, gracias en parte al multifacético Hakon Kornstad -diseñador y saxofonista de la casa-, postulando un diseño austero con abstracciones ajenas al mundo del envoltorio jazzístico europeo (no así a la electrónica del viejo continente, de la que bebe Kornstad, además de la eficacia productiva de Ikea). Existe por tanto un universo alternativo más allá de ECM. El viaje hacia el diseño meridional recala necesariamente en Munich, desde donde opera Stefan Winter para el sello Winter & Winter, la joya de la corona en cuanto a mimo y solvencia empresarial. Pura artesanía para la que el productor cuenta con la inestimable ayuda de colaboradores de lujo como Andreas Pauly, Stephen Byram o Günter Mattei, quienes plasman su potencial en los CD-Smart-Pac de un modo delicioso y perdurable. Juegos con tipografías olvidadas, superposiciones cromáticas y buena dosis de improvisación cercana a la música que quieren ilustrar: el resultado son portadas con swing. “Decidí jugar de forma abstracta con diversos elementos, con el propósito de representar la música. Mi intención fue que el original pareciera improvisado, aunque fue un tra-

bajo de aproximadamente cinco días”, ha declarado Stephen Byram.⁽¹⁰⁾

Al otro lado de los Alpes, en Italia trabaja con esmero la discográfica CamJazz, una de las primeras en ofrecer sus productos con el nuevo formato de *SuperJewelBox* (cantos redondeados, nuevo sistema de apertura y almacenaje del disco), como constata el trabajo que Ermanno Basso hizo para el trío de Enrico Pieranunzi con Marc Johnson y Joey Baron en *Play Morricone*, 2001. Ya en Francia, tanto Label Bleu como Sketch han exprimido el potencial del *digipak* con excelentes resultados. Y en la península, aparte de escasas muestras de ingenio diseñístico españolas, el cómputo de ganancias artísticas se lo lleva la excelente labor del sello clean feed, que desde Portugal ha renovado no sólo la escena musical alternativa de vanguardia sino también el envoltorio para contenerla: el diseñador Rui Garrido parece seguir con fidelidad un tratado de papiroflexia y construye eficaces embalajes de cartón satinado que se pliegan con cierre magnético sin desentonar con el aire orgánico del producto. A eso se le llama trabajar con vistas al futuro. Otros han insistido con escaso éxito en el plástico negro y el diseño integrado del formato *Q-Pack*, menos frágil pero acaso más feo aún que la caja transparente (Arto Lindsay, *Invoke*, con diseño de Tony Morgan, 2002).

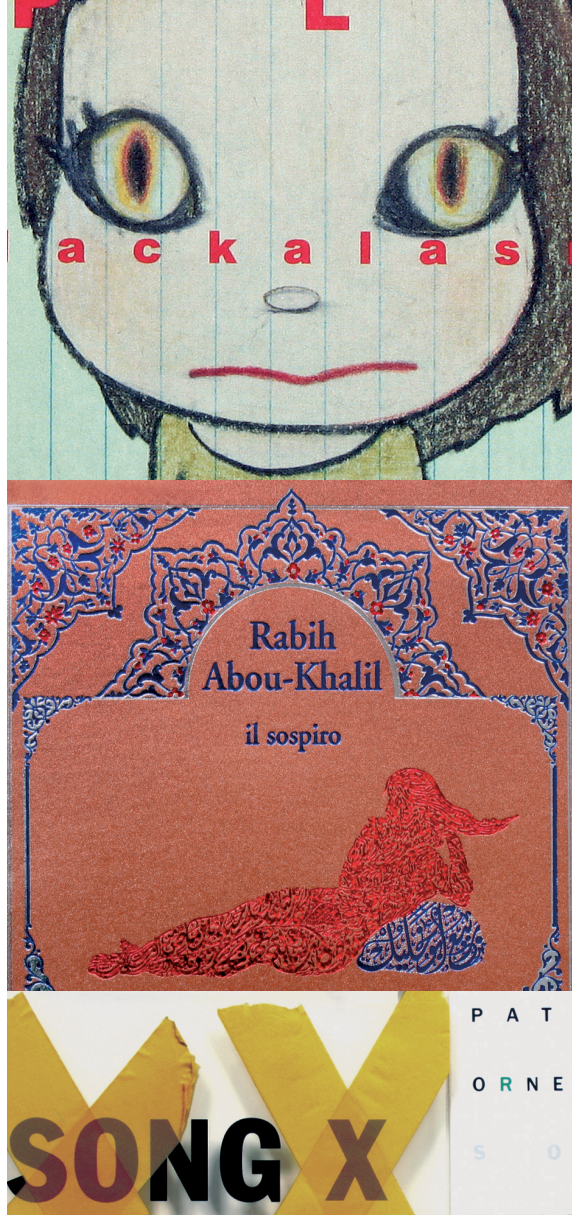
Con todas las paradojas que se deseen, puede aventurarse que el auge de la distribución electrónica de la música hará aumentar el interés por las posibilidades del envoltorio físico. Así lo piense el fundador de Fällt, Chris Murphy. El asunto entra de lleno en el terreno del melómano coleccionista -son escasos los amantes del jazz que se resisten al embrujo que ejerce el envoltorio de su música favorita. Seamos francos, no es lo mismo el recio cartoné de los Impulse! de los sesenta, que sus reediciones “blandas” en ABC de los setenta, por no mencionar las reelaboraciones españolas llevadas a cabo por Discos Mediterráneo (con suerte en *gatefold*, aunque con comentarios impresionistas de críticos y fans de la época, como era el caso de Alberto Mallofré y tantos otros). No hay color, todo sea dicho, pese a los esfuerzos por ofrecer un producto mínimamente digno. Con la dis-



BIBLIOGRAFÍA

- Costa, José Manuel, *El objeto y la música, (Blanco y Negro Cultural-ABC* [7 de agosto de 2004]), pág. 29.
- García, Jorge, *La música y la letra, (Cuadernos de Jazz*, núm. 105 [marzo-abril 2008]), págs. 58-63.
- *Jazz Gráfico. Diseño y fotografía en el disco de jazz, 1940-1968*, Jorge García (com.), IVAM Centre Julio González, Valencia, 1999 (contiene un insoslayable apéndice bibliográfico sobre la materia).
- Kohler, Eric, *In the Groove*. Vintage Record Graphics, 1940-1960, Chronicle Books, San Francisco, 1999.

- Marsh, Graham y Callingham, Glyn, *Blue Note. Album Cover Art. The Ultimate Collection*, Chronicle Books, San Francisco, 2002.
- Rivers, Charlotte (ed.), *Diseño de portadas y packaging para CD*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006.
- *Rolling Stone*, 617 (noviembre 1991)
- Satué, Enric, *Arte en la tipografía y tipografía en el arte. Compendio de tipografía artística*, Siruela, Madrid, 2007.
- *Síncopa negrita. Tipografía en el disco de jazz, 1940-1990*, Jorge García (com.), 1ct, Valencia, 2004.
- Thorgerson, Storm, *Classic Album Covers of the 60s (Over 200 of the Best Covers of the Decade)*, Paper Tiger, Limpsfield (GB), 1989



tancia y el paso de los años se aprecia lo mal que se hicieron las cosas (acaso era mucho pedir en aquella tesitura histórica, pero se intuye que esa desidia diseñística más tenía que ver con el ahorro energético de los responsables de los talleres de impresión que con carencias técnicas propiciadas por el tardofranquismo. El nombre que recibían tales responsables es todo un indicativo de la situación, pues no se acreditaban como “diseñadores” sino como “adaptadores de carpetas” y ¡Olé!

Hubo y hay vida al otro lado del Atlántico. Desde Nueva York ha seguido surgiendo una nómina de artistas gráficos que imprimen carácter a los sellos para los que trabajan. Eso ha ocurrido con la discográfica Thirsty Ear, que ha visto en las posibilidades de The Blue Series -bajo la dirección artística de Matthew Shipp- una alternativa sobre la que trabajar para ofrecer una imagen corporativa de calidad y prestigio ya reconocido. No en todos los casos, pero algunos trabajos de Blue Note, sobre todo los que Greg Osby ha fomentado con Otzone Productions, han acercado al aficionado a una estética que ha sabido conjugar sin ir más lejos el lenguaje de la propaganda bolchevique con el futurismo y las vanguardias europeas, cuando no con las miradas propias de otros terrenos como la *Sci-Fi* que tan bien ha sabido fomen-

tar Medeski & Co. A veces surge el milagro, y el minimalismo se apodera de algunos proyectos, caso de los embalajes de Tzadik y el resto de comunidad que gira en torno a John Zorn. Cualquier ejemplo de sus series de celebración del 50 aniversario del compositor judío son buena muestra para aquella famosa declaración de principios estético-morales de Mies van der Rohe que rezaba “Menos es más”. En el caso de Nonesuch, la filial con clase de Warner Music, el ejercicio de contención refleja su espíritu pseudoindependiente. Combina el colorido con las transparencias de la sobrecubierta, con resultados más que originales. Así lo demuestra el ejercicio psicodélico para el SF Jazz Collective, la revisión en el 20º aniversario de *Song X (X)* de Metheny/Coleman o las degradaciones cromáticas de los dos volúmenes firmados por la pareja Metheny/Mehldau.

► Hay otros ejemplos, pero no tantos

A final todo tiene que ver con la belleza. Al igual que un buen relato empieza por la medida correcta, un objeto bello empieza por saberse bien logrado. Poco más hay que decir. El amante del jazz trata de entender lo que tiene delante, lo que preserva y presenta la música de sus sueños, lo que cuentan quienes tienen algo que decir y saben cómo hacerlo -algunos críticos, pocos ensayistas y bastantes glosadores-; los mensajes que vienen directamente del alma de los músicos... cualquier cosa que ayude a contrarrestar el peso por el paso de los días. Contrariamente al credo minimalista, para una inmensa minoría “Más siempre será más”, lo que no quiere decir que no se pueda convivir con formatos *Lo-Fi* virtuales. Más datos, más detalles, más documentos, más música, más vida, más, más, más, porque sólo desde la apropiación de lo extraterritorial puede accederse al centro del saber. No es mero afán acaparador, es aspiración por mejorar. En el fondo, se trata sólo de eso, ¿verdad?

Reproducciones: **Javier Nombela**



NOTAS

- (1) Rivers, Charlotte (ed.), *Diseño de portadas y packaging para CD*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006, pág. 24.
- (2) Declaraciones a Diverdi, 165 (diciembre 2007), pág. 58.
- (3) *Rolling Stone*, núm. 617 (noviembre 1991).
- (4) Eric Kohler, *In the Groove*. Vintage Record Graphics, 1940-1960, Chronicle Books, San Francisco, 1999, pág. 13.
- (5) Bob Blumenthal, “Visiones en un museo de sonidos”, *Jazz Gráfico. Diseño y fotografía en el disco de jazz, 1940-1968*, Jorge García (com.), IVAM Centre Julio González, Valencia, 1999, págs. 13 y 19.
- (6) Rivers, op. cit. pág. 27.
- (7) Diego A. Manrique, “Cuéntame una historia”, *El País* (4 de febrero de 2008).
- (8) Rivers, op. cit., pág. 114.
- (9) Rivers, op. cit., pág. 154.
- (10) Sigo la división de los diseños que lleva a cabo Charlotte Rivers (op. cit.), Forma (tratamiento del papel y materiales), Contenido (imágenes y tipografía) y Ampliación de la experiencia, aunque añado nuevas secciones para el análisis exclusivo del género de jazz, como son el apartado de reediciones y el de Box Set.