

Sono no grá fi ca

El arte al servicio de la música

Mario Rodríguez Velazco
Diseño de la Comunicación Gráfica

La estética visual y la música se han vuelto inseparables en los últimos años, pero es muy difícil encontrar el momento preciso en el tiempo en el cual ambas líneas se unieron en un solo trazo.

En la década de los treinta, la música ya se asociaba con los jóvenes, ya no era un producto de la alta sociedad: las presentaciones artísticas musicales dieron un giro de 180 grados. Los géneros fueron el *swing*, el *jazz*, los inicios del *blues* y el *R&B*: todos tenían una inquietud diferente, los tiempos eran diferentes.

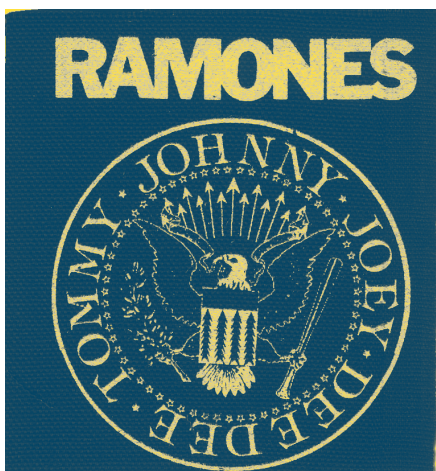
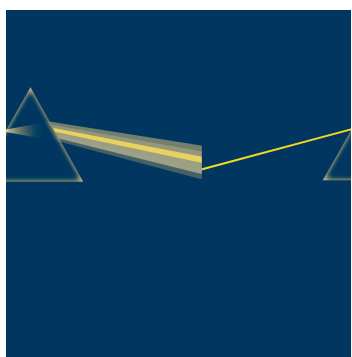
Las *big bands* de *swing* tenían una gráfica establecida, lo que en diseño por definición se le llama logotipo, un *branding* estandarizado se imprimía en los parches de los bombos de los bateristas más famosos y con talento, como Buddy Rich y Gene Krupa. Esto marca los inicios de la relación diseño-música.

En 1939, Alex Steinweiss crea el primer diseño de portada para Columbia Records, convirtiéndose en el primer director de arte al "servicio" de la música; a partir de ese momento, otras compañías disqueras contratan a más diseñadores gráficos para cumplir estas misivas.

El mundo de la música continúa su curso sin mayores novedades, hasta que corrientes como la música *mod* y la música *beat*, empezaron a hablar de cosas diferentes a las de la música despreocupada



THE
BEATLES



de décadas anteriores: todas estas pequeñas revoluciones auditivas tenían ya una fuerte carga visual y gráfica, una estética definida que los primeros *hipsters* comenzaron a adoptar y abrazar como propia. Bandas como *The Beatles*, *The Who* y *The Rolling Stones* coqueteaban con las ideas de rebeldía informal, y con la inquietud e insatisfacción de los jóvenes de su época, una característica del *rock n' roll*.

La carga gráfica de estos movimientos tenía cierta fuerza, pero era sutil, era gris, sin embargo ya existían los primeros logotipos de bandas, otro estandarte que los músicos de ahora portan con orgullo. A pesar de ello, el arte, el diseño gráfico y la música formalizaron su relación en los años sesenta y el movimiento *hippy* vino a revolucionar la estética musical, tomando una pose mucho más agresiva (en cuanto a color) y casada totalmente con el arte, promovió la denuncia y la inconformidad respecto a los sucesos de la década.

Fue aquí donde portadas muy famosas como las de los discos homónimos de *The Jimi Hendrix Experience* y *Led Zeppelin* se posicionaron como iconos de la cultura pop sonora contemporánea. No todo era color de rosa, pues la inconformidad que caracterizaba a la música creció exponencialmente en la década de los setenta. El epicentro de la música regresaba a Londres y una nueva raza de músicos se abría camino, quienes estaban enojados y gritaban con ansia "anarquía y revolución"; los ingleses los llamaron los punks.

Los punks se apartaron de las grandes disqueras, de los costosos métodos de producción y sobre todo de sus diseñadores gráficos. Hartos del rock virtuoso de estadio, producto de bandas progresivas y de rock clásico como *Led Zeppelin*, *The Who* y *King Crimson*. Los punks se crearon a su imagen y semejanza, una imagen totalmente cruda, burda, basada en el uso de estenciles con aerosol. No era raro ver imagotipos de anarquía por



todo Londres en esa época, ni las caras de la reina Elizabeth intervenidas con laca y texto que decía: “God Save the Queen” (Dios salve a la reina).

El movimiento se exportó, como muchos otros, a Estados Unidos, más concretamente a la ciudad de Nueva York, donde otros artistas con los mismos ideales se unieron al género. De esta década destacan álbumes y carteles de rock como el *Nevermind the Bollocks, Here's the Sex Pistols* y los imagotipos de *The Ramones*.

Los setenta no fueron enteramente dominados por la escena *punk*; el rock progresivo cobró gran fuerza, y su estructura abstracta y matemática llamó la atención de otro grupo de jóvenes y quizá su muestra gráfica más importante fue la portada del disco “The Dark Side of the Moon” de *Pink Floyd*.

La década de los ochenta marcó un alto al rock, y las tendencias pop abarrotaron todas las tiendas de discos, artistas como Madonna, Michael Jackson, Wham! y Cindy Lauper marcaron la pauta visual y la moda neón que tantos de nosotros recordamos, añadido a otro factor que revolucionó la moda visual: MTV y los audiovisuales.

Después de los ochenta la gráfica visual se puso a disposición de prácticamente todo el público y las nuevas tecnologías de producción gráfica permitieron que casi cualquier persona produjera a un bajo costo el arte de sus LP, incluidos los audiovisuales.

Ahora la labor de crear el arte que acompaña a los discos se encuentra en crisis: está un poco devaluada y quizá subestimada, no contienen la misma premisa visual que hacía de las portadas algo más que una junta de colores y fotografías. Es raro que una disquera se comprometa a invertir en un buen diseño para el disco, ya no hay la producción que se llegó a ver sobre todo en el arte de los discos de los sesenta, pero también es de considerar que el lienzo ha cambiado al pasar los años: la cubierta de un acetato de 30x30 es ahora una imagen en píxeles para el iPod... De cualquier manera, el nuevo lienzo nos puede dar toda una novedosa gama para experimentar, para distribuir y para representar lo que nuestros oídos están escuchando. Permaneceremos a la expectativa... •