



› El packaging de la música Diseño discográfico y digital

Editorial: La Crujía, Buenos Aires 2009

Ismael López Medel

El poder de la imagen combinado con el poder de la música ha creado un mundo fascinante, con una historia desconocida, llena de talento, de éxitos y fracasos, que subió a la cima del olimpo comercial y que prácticamente desapareció al mismo tiempo. Es la historia del diseño discográfico, entendido como la creación de material gráfico para la industria discográfica, una disciplina que ha producido ejemplos memorables del diseño gráfico.

El presente libro surge de la necesidad de contar la historia de las portadas de discos para los aficionados, tanto a la música como al diseño que lo han consumido, disfrutado y coleccionado, y sin embargo desconocen su origen y los grandes diseñadores, ilustradores y fotógrafos que han trabajado a lo largo de la historia de la industria discográfica hasta conseguir un nivel de producción que ha eclipsado en muchas ocasiones al propio contenido del disco. En palabras del músico punk Johnny Rotten, “si la gente comprara los discos por la música, esta cosa se habría acabado hace mucho tiempo”.

La intención de este libro es repasar la historia de cómo el grafismo ha servido a la industria discográfica desde su nacimiento oficioso en 1939 de mano de Alex Steinweiss hasta la actualidad. Durante este tiempo, el diseño discográfico ha sufrido constantes cambios, tanto tecnológicos como conceptuales, hasta llegar a un punto en el que la mayoría de expertos en el campo consideran que estamos ante un arte que se ha transformado en algo radicalmente diferente del formato y contenido de los primeros años a la actualidad.

Cómo un diseñador de 23 años cambió la historia de la música .

La portada de discos moderna nació en 1939 de la audacia de un diseñador de 23 años: Alex Steinweiss, quien propuso a Columbia traducir los conceptos musicales en elementos gráficos. La aparición de la portada revolucionó una industria musical que hasta la fecha prestaba más atención a los sistemas de reproducción que a la música en sí. El invento de Steinweiss catapultó las ventas hasta tal punto que el resto de discográficas contrataron a diseñadores para ilustrar sus cubiertas. Habían nacido las portadas de discos.

[Posiblemente] El mejor diseñador de portadas del mundo. Durante la década de los cincuenta, la industria discográfica se vio fortalecida por la aparición del fenómeno del ídolo de masas, las estrellas juveniles y el Rock and Roll. Las portadas cobraron una importancia vital, porque se convirtieron en elementos claramente publicitarios para las discográficas. Mientras tanto, estilos como el Blues y sobre todo el Jazz generaban su propio lenguaje visual. Especialmente destacado fue el trabajo de Reid Miles para Blue Note, todavía considerado como uno de los mejores diseñadores de portadas de la historia.

Cuatro músicos cruzando un paso de cebra. Los sesenta fueron la época de más esplendor de la música, y visualmente se vieron marcadas por una palabra: experimentación. Tanto en San Francisco, con el colectivo de diseñadores The Family Dog, como en Londres o Nueva York, el papel de las portadas cobró una nueva dimensión, alejándose de la comercialidad vacía de los años cincuenta para pasar a convertirse en un verdadero ícono artístico.

Esto es una portada de disco. Los años setenta fueron convulsos, marcados por un afán por la experimentación con materiales y formatos (maderas, metales, etc.). El embalaje se utilizó para llevar el diseño un paso más hacia el futuro. Sin embargo, esta situación cambió debido a la crisis del petróleo de 1973, que provocó un reajuste de los presupuestos dedicados a las portadas de discos. Esta crisis económica, junto con otros factores, desembocó en uno de los movimientos musicales y estéticos de más influencia posterior: el Punk, con su ideología anti-diseño.

El vídeo mató a la estrella de la radio. Tres acontecimientos marcaron los años ochenta. Por un lado la aparición de la MTV y el desarrollo del vídeo musical, que relegó al diseño a un segundo plano. Por otro lado, la irrupción del ordenador Apple Macintosh y la democratización del diseño gráfico. Y por último la aparición del disco digital como formato que terminaría siendo el estándar en la industria y que transformaría radicalmente el formato del diseño discográfico y la forma de trabajar de los diseñadores. El videoclip pasó a ser la estrella.

¿Es el final del mundo tal y como lo conocemos? La industria discográfica se encuentra una vez más en una encrucijada vital. El avance de las nuevas tecnologías, en especial el desarrollo del formato mp3 y la explosión de la red ha cambiado la forma de consumir y comprar música. El papel del diseño también ha quedado transformado, perdiendo gran parte de su importancia visual y comunicacional. El diseño seguirá presente en la música, y seguirá emocionando al consumidor. Podrá cambiar el formato, el producto y los soportes, pero no el valor del diseño.