

Índice

Prólogo.....	7	Faces: <i>Ooh La La</i>	120
Introducción.....	11	New York Dolls: <i>New York Dolls</i>	125
Años 60	17	Yes: <i>Tales from the Topographic Oceans</i>	131
Bob Dylan: <i>Bringing It All Back Home</i>	19	Kraftwerk: <i>Autobahn</i>	137
The Beatles: <i>Yesterday and Today</i>	24	Bruce Springsteen: <i>Born to Run</i>	143
13th Floor Elevators: <i>The Psychedelic Sounds of the 13th Floor Elevators</i>	30	Pink Floyd: <i>Wish You Were Here</i>	150
The Doors: <i>Strange Days</i>	34	Joni Mitchell: <i>The Hissing of Summer Lawns</i>	155
The Who: <i>Sell out</i>	40	Richie Havens: <i>The End of the Beginning</i>	161
The Band: <i>Music from Big Pink</i>	46	Sex Pistols: <i>God Save the Queen</i>	167
The Jimi Hendrix Experience: <i>Electric Ladyland</i>	53	Ian Dury: <i>New Boots and Panties!!</i>	174
Captain Beefheart & His Magic Band: <i>Trout Mask Replica</i>	60	Buzzcocks: <i>Orgasm Addict</i>	180
Blind Faith: <i>Blind Faith</i>	65	Blondie: <i>Parallel Lines</i>	187
It's a Beautiful Day: <i>It's a Beautiful Day</i>	70	Joe Jackson: <i>Look Sharp!</i>	193
Syd Barrett: <i>The Madcap Laughs</i>	75	The Cars: <i>Candy-O</i>	199
Pink Floyd: <i>Atom Heart Mother</i>	81	Public Image Ltd.: <i>Metal Box</i>	205
Años 70	87	Peter Gabriel: <i>Peter Gabriel (III)</i>	211
The Nice: <i>Elegy</i>	89	Años 80	217
Isaac Hayes: <i>Black Moses</i>	94	Bow Wow Wow: <i>See Jungle! See Jungle! Go Join Your Gang, Yeah. City All Over! Go Ape Crazy</i>	219
Little Feat: <i>Sailin' Shoes</i>	99	U2: <i>War</i>	225
The Rolling Stones: <i>Exile on Main St.</i>	106	New Order: <i>Blue Monday</i>	231
Led Zeppelin: <i>Houses of the Holy</i>	113	The Pogues: <i>Rum, Sodomy & The Lash</i>	238
		The Beastie Boys: <i>Licensed to Ill</i>	244

Prince: <i>Sign o' the Times</i>	251	Aphex Twin: <i>Come to Daddy</i>	299
Talk Talk: <i>Spirit of Eden</i>	256	Massive Attack: <i>Mezzanine</i>	304
Años 90	263	Siglo XXI	311
Primal Scream: <i>Screamadelica</i>	265	The Strokes: <i>Is This It</i>	313
Nirvana: <i>Nevermind</i>	271	Arctic Monkeys: <i>Whatever People Say I Am, That's What I'm Not</i>	319
Catherine Wheel: <i>Chrome</i>	276		
Oasis: <i>Definitely Maybe</i>	282	Bibliografía.....	325
Beck: <i>Odelay</i>	288	Índice onomástico.....	327
Radiohead: <i>OK Computer</i>	293		

Prólogo

A su imagen y semejanza: el canon sentimental del rock

Acababa de cumplir catorce años cuando tuve mi primera epifanía musical. Salíamos del colegio a media tarde, uno de esos colegios en blanco y negro del extrarradio de Madrid en la España del tardofranquismo, cuando vi a uno mis compañeros de clase con un disco bajo el brazo, de la época en que los discos se llevaban en la mano a pelo, sin una bolsa que los resguardara, para presumir de buen gusto, como si pertenecieras a un grupo privilegiado de iniciados. Bueno, nosotros entonces aún no sabíamos de ese tipo de esnobismos, quizá solo fuese casualidad que mi amigo llevara así ese disco aquella tarde porque no le cabía en la cartera o porque temía que dentro se estropeará. El asunto es que aquel *single* (luego descubrí que se trataba en realidad de un EP de cuatro canciones) captó mi atención poderosamente. En casa de mis padres acababan de comprar un pequeño tocadiscos monoaural que parecía de juguete y teníamos ya algunos *singles* de Los 3 Sudamericanos y de Karina. Pero el disco de mi amigo era distinto. Le pedí que me lo enseñara porque la portada me había fascinado. Había oído hablar de los Beatles pero no tenía ni había visto ninguno de sus discos. En aquel aparecían los cuatro músicos vestidos de negro, como saludando con los brazos abiertos sobre un fondo blanco. Se titulaba *Help!* y al lado ponía en español ¡*Socorro!*. Mi amigo me lo prestó unos días, me dijo que lo cuidara, que era de sus padres. Lo atesoré durante casi una semana, escuchándolo una y otra vez y mirando con asombro virginal aquella portada que hoy todo el mundo conoce. Imagino que mi sorpresa habría sido mayúscula,

morrocotuda, si en aquel momento alguien me hubiera enseñado la carpeta original del álbum coetáneo *Yesterday and Today*, la conocida como “portada del carnicero”, esa rareza de The Beatles editada en Estados Unidos con algunos títulos del LP *Help!* y otros del *Revolver* británicos.

Desde entonces, una vez inoculado el virus de la música pop a partir de sus antígenos más potentes (Lennon, McCartney, Harrison, Starr), no he dejado de comprar discos en todos sus formatos físicos y aún sigo enganchado a todo lo que esos artefactos te ofrecen: la música sobre todo, claro, pero también su envoltorio, la carpeta y su diseño, la información de créditos, las notas interiores, cualquier detalle valía y vale para impulsarme a adquirir un vinilo o un CD. Hubo una época, por ejemplo, en la que compraba todos los discos que encontraba donde tocara la batería Jim Keltner; otra en la que el reclamo fundamental era que apareciesen músicos negros en la foto de la carátula, algo muy habitual en las tiendas de segunda mano o en las rebajas de los grandes almacenes, donde podías hacerte por precios ridículos con material de primera firmado por los Ohio Players o Hamilton Bohannon, artistas a quienes todavía no tenía el gusto de conocer. A veces, muchas veces, y estamos hablando de los años oscuros, cuando nadie podía siquiera pensar en lo que sería Internet, si no conocía el disco o el artista, me dejaba guiar por el título del álbum o, ejem, por su portada. Casi siempre acerté. Por ejemplo, cuando compré aquella maravilla titulada *Doug Sahm & Band* grabada por Doug y algunos buenos amigos en Atlantic

en 1973, cuya carpeta era un espléndido dibujo de Gilbert Shelton, donde aparecían retratados, entre otros, Bob Dylan, Flaco Jiménez, Dr. John y el propio Doug Sahm. O cuando dudé, en un tenderete del Rastro madrileño, entre varios discos de los primeros Pink Floyd y al final me decidí por comprar *Atom Heart Mother*, por aquel increíble diseño de carátula, con una vaca frisona que te miraba directamente a la cara, como si la estuvieras molestando mientras pastaba en el campo. Entonces tampoco sabía quienes eran esos misteriosos Hipgnosis que firmaban el diseño, aunque ya tenía en lugar bien visible en mi casa la carpeta de *Cheap Thrills*, el álbum de Janis Joplin (en realidad, Big Brother & The Holding Company) con dibujos de Robert Crumb, y conocía el primer trabajo de Velvet Underground (*Velvet Underground & Nico*), con el famoso diseño de la banana pelada de Andy Warhol. Por aquel entonces también me enteré de que la portada del *Sticky Fingers* publicado en España (con los dedos pegajosos saliendo de una lata de sopa Campbell) no era la que todo el mundo conocía más allá de los Pirineos, sino que el propio Andy Warhol la había diseñado para nuestro mercado al no pasar la censura la original, con aquel primer plano de un pantalón vaquero, cuya cremallera podía bajarse, literalmente, hasta dejar al descubierto el vello púbico masculino.

Mucho tiempo después conocí a Xavier Valiño gracias a su libro *Veneno en dosis camufladas: la censura en los discos de pop-rock durante el franquismo* (2012), uno de los mejores tomos dedicados jamás a la música popular en nuestro país, un minucioso recorrido por centenares de discos censurados durante la dictadura de Franco, bien por alguna de sus canciones, bien por sus carpetas, libretos o fundas interiores. Parecía casi una consecuencia lógica que el siguiente trabajo de Xavier se centrara en uno de los temas más atractivos de ese libro esencial: las portadas de los discos, ese enigma tan fascinante como complicado de desentrañar para el común de los aficionados,

una investigación que requería las dosis de paciencia, meticulosidad y amor por el detalle que había demostrado Valiño en su monumental estudio sobre la censura y el pop en España. El milagro ocurrió. Cuatro años después, Editorial Milenio publicó el séptimo libro de Xavier Valiño, *La cara oculta de la luna: las 50 portadas esenciales del rock*, un volumen inevitablemente muy visual, donde el autor se esmeraba en descifrar los secretos de algunas portadas icónicas de la historia del rock, a veces incluso con testimonios directos de los propios artistas.

Pero como siempre que uno aborda una tarea de estas características, el producto final te dejaba con la miel en los labios. Se imponía al menos la preparación de un segundo tomo donde cupieran otras tantas producciones discográficas con sus correspondientes diseños de carátula, un libro que completara esa cifra redonda, la de los cien títulos, que conformaran el canon definitivo de las portadas esenciales elegidas por Valiño. Y aquí está al fin ese libro, otro voluminoso y deslumbrante catálogo de esas restantes cincuenta portadas cuidadosamente seleccionadas y estudiadas por Xavier Valiño, un festín para todos los buenos aficionados al rock, para los que crecimos en los años del vinilo, cuando el continente (la carátula) era a veces para nosotros casi tan importante como el contenido (la música), pero también para los que han ido incorporando luego a su imaginario ese veneno (en dosis camufladas) que es la pasión por el rock y sus afluentes.

Seguro, ya no hace falta salir a la calle con un disco bajo el brazo para que otros se acerquen a compartir contigo pasiones y amistad pero igual sí merece la pena sentarse en un banco de la calle o en un asiento del autobús con este nuevo libro de Xavier Valiño entre las manos para que alguien se acerque y te pregunte por él: vivimos otros tiempos, los de las redes sociales, pero el veneno es el mismo, el mismo maravilloso virus que nos hace amar la música y bucear

en todas las manifestaciones artísticas relacionadas con ella.

No quiero terminar este prólogo sin deslizar una maldad que sería casi más un epílogo que se me ocurre a bote pronto (maldad por lo que puede suponer de carga de trabajo para su autor): quién sabe si de

este segundo proyecto no estará germinando ya la idea de un tercero dedicado esta vez a las 50 portadas esenciales del rock español. La respuesta quizá, como diría Bob Dylan, está ahí fuera, flotando en el viento, revoloteando en la cabeza de Xavier.

Luis Lapuente

Introducción

Dicen que no se puede juzgar un libro por su portada. Sabias palabras. Si aplicamos la correlación al mundo de la música, no deberíamos tampoco juzgar un disco por su portada. Pero —todos los que estamos a bordo de este barco lo sabemos— lo hacemos. Puede que juzgar no sea la palabra más adecuada, aunque sí es cierto que tenemos en cuenta las portadas, tanto como para comprar discos ciegamente solo movidos por una cubierta llamativa que invita a bucear en su contenido; cuando menos así fue hasta que el mundo de las descargas digitales consiguió despersonalizar en parte a las canciones, extraerles parte de la magia que las rodea.

El contenido de un disco, sus canciones, va íntimamente ligado al continente, a la cubierta que lo reviste. Si alguien menciona *Wish You Were Here* visualizamos inmediatamente a dos personas estrechando sus manos mientras una de ellas arde en llamas. Puede que no conozcamos quiénes fueron sus autores ni la historia que hay detrás; no obstante, la fuerza de la fotografía está bien asentada en nuestro subconsciente.

El impacto de esas carátulas siempre ha estado ahí, en los vinilos y, en menor medida, en las casetes y los discos compactos. Era consciente de ello pero nunca había ido más allá, nunca había indagado sobre las historias ocultas de la realización de esas portadas. Hasta hace unos años. Fue mi libro *Veneno en dosis camufladas; la censura en los discos de pop-rock durante el franquismo* el que me condujo a ello gradualmente. Tras un trabajo de investigación que requirió diez

años, acabé descubriendo las canciones censuradas por el régimen de Franco y sus motivos, gracias a los partes de los censores que hallé en el Archivo General de la Administración. También saqué a la luz cerca de doscientas cubiertas de discos censuradas, tanto en sus portadas y contraportadas como en las fundas interiores, los libretos, las etiquetas... En este caso, no hubo forma de encontrar una prueba directa porque, aunque quedó registro de entrada en el Ministerio de Información y Turismo para su censura, se deshicieron de las carpetas por una simple cuestión de espacio. Por lo tanto, solo lo pude corroborar contrastando las cubiertas españolas con las editadas en el extranjero y, en el caso de álbumes de artistas españoles, gracias al testimonio directo de sus protagonistas (Los Brincos, Veneno, Julio Matito...).

Fue en ese momento cuando contacté por primera vez con algún fotógrafo y diseñador, empezando por los responsables de la cubierta para la edición española de *Sticky Fingers* de The Rolling Stones, Phil Jude y John Pasche respectivamente. Tardé un tiempo en dar con ellos. Ya localizados, se prestaron a desmenuzarme su trabajo con todo tipo de detalles. Estaba claro que querían hablar de ello, que sentían curiosidad porque alguien de otro país se interesase por algo que habían hecho hace tiempo y por lo que, probablemente, nadie les había preguntado nunca.

Paulatinamente alguno de aquellos discos que maneje y acabé comprando en la edición española censurada y la internacional sin censurar fueron recla-

mando más y más mi atención. ¿Quién había hecho esas portadas? ¿Qué querían contar? ¿Había detalles detrás que nadie conocía? ¿Sería fácil contactar con esos autores? ¿Se prestarían a relatarme su trabajo a la hora de poner imágenes a esos álbumes tan decisivos en la vida de mucha gente?

La idea fue evolucionando en mi cabeza y pasé de centrarme en los discos censurados a aquellas portadas que se podrían calificar como las más relevantes de la historia del rock, las más icónicas, las que mejor han resistido el paso del tiempo y dejaron una profunda huella en la música y, en ocasiones, también en el mundo del arte —para demostrarlo, la icónica imagen de la banana de Andy Warhol para el debut de The Velvet Underground—. Ahí tenía que haber forzosamente un componente de subjetividad si era yo quien iba a elegir las que a mí me pareciese que cumplían esas condiciones aunque, para intentar que mi opinión tuviese un cierto respaldo, busqué todo lo que había publicado sobre esas portadas.

De esas listas fui extrayendo aquellas que aparecían recurrentemente para incluirlas en la selección final. En unas cuantas parecía haber un cierto consenso. En otros casos, de un mismo artista se destacaban varias, lógico si tenemos en cuenta que los responsables de la parte artística eran distintos y que su trabajo podía ser igualmente valorado. Evidentemente, para poder incluirlos necesitaba contar su historia. Por lo tanto, tenía que contactar con sus autores o, si no era posible, que al menos su trabajo lo hubieran explicado con anterioridad. Lo más curioso es que, incluso en aquellos álbumes en los que no fue posible contactar con los diseñadores, fotógrafos e ilustradores, y a partir de sus declaraciones previas, siempre iban apareciendo detalles en los que nadie parecía haber reparado antes. Se trataba de elementos que habían pasado desapercibidos, de conexiones con otras personas u otros trabajos, de referencias evidentes a obras hechas en el pasado, de homenajes o copias en discos que llegaron después... Cada nuevo elemento

descubierto se convertía en un auténtico hallazgo que me motivaba aún más, por si no fuese suficiente el instinto febril que me había llevado en un primer momento a meterme en ello y que se mantuvo y se fue incrementando durante los dos intensos años que llevó completarlo.

Respondiendo a esa pasión inicial, e incluso antes de que una editorial se decidiese a asumir el reto, me puse a la labor inmediatamente. Como quería darle salida cuanto antes, aprovechar esa ilusión por el proyecto, le ofrecí al director de la revista *Efe Eme* publicar las primeras entregas a medida que las iba haciendo, lo que me sirvió también para encontrar el tono y buscar como darles una unidad. Recuerdo los correos que le remitía comentándole lo que un diseñador me había contado tras la correspondiente llamada o correo electrónico o cómo algún fotógrafo me iba enviando desinteresadamente descartes de las sesiones que habían dado lugar a una portada para que pudiera verlos y entender su trabajo, pasando a ser algo más que colaboradores activos. En la revista se publicaron unos cuantos capítulos, que han sido convenientemente retocados y revisados de nuevo antes de publicarse aquí, aunque la gran mayoría de los que se incluyen aquí son totalmente inéditos y han sido escritos para la ocasión.

Una primera selección con 50 portadas esenciales del rock apareció publicada hace ahora tres años en esta misma editorial, Milenio, la primera en interesarse por su posible publicación gracias al tesón de su director editorial, Javier de Castro, con el título de *La cara oculta de la luna*. Ya entonces quedó claro que limitar su contenido a 50 títulos reducía mucho el espectro de lo tratado, pero se trataba ya de un libro voluminoso y con muchas imágenes que no podía tener mayor extensión, por lo que nos planteamos una segunda parte, algo que pronto se vio refrendado por numerosas peticiones de los lectores y los comentarios en los medios de comunicación que pedían darle continuidad. Aquí está, pues, esa segun-

da parte, que se puede leer independientemente de la anterior, aunque ambos libros completan lo que son 100 portadas esenciales de la música popular. Antes de darles paso, conviene recordar los antecedentes que ya habíamos repasado entonces pero que son absolutamente necesarios para comprender lo que vino después.

Líneas paralelas

Dicen que cuando el joven grafista Alex Steinweiss se unió a la discográfica Columbia como director artístico en 1939, lo primero que quiso cambiar era algo que él veía muy claro: las carátulas del sello tenían a los monocromos oscuros y serían mucho más llamativos si se envolvían en una funda ilustrada. En una entrevista que concedió en 1990, cuando ya estaba retirado, lo explicó claramente: “La forma en la que vendían los discos era ridícula. Las fundas de cartón marrón eran tan grises, tan poco atractivas, que convencí a los ejecutivos de que me dejaran diseñar algunas portadas”. Él fue el primero en poner vida y color a los discos fonográficos a pesar de las limitadas posibilidades de expresión de la época, así que lógicamente tenía que encabezar estas líneas.

El presidente del sello Ted Wallerstein acogió su propuesta y le dejó hacer. En pocas semanas las ventas se habían incrementado en un 800% y el fenómeno llegó a la revista *Newsweek* y al periódico *New York Times*, que le dedicó un artículo en las páginas 36 y 37 de la edición del 2 de noviembre de 1940 titulado “Noticias desde el estudio de grabación” y firmado por Gama Gilbert: “Algunas personas orgullosas de sus colecciones han sugerido a las compañías discográficas que encuadernen sus álbumes en colores variados en lugar del negro formal habitual. Después de todo, se preguntan: ¿Cómo se vería una biblioteca de solo libros negros? Columbia, al menos, ha salido a la caza y se ha atrevido a contratar a

un director artístico que le preste atención experta a ese asunto”.

Steinweiss empezó en 1940 haciendo la cubierta de una caja con cuatro discos de 78 revoluciones por minuto titulada *Smash Hits*, una compilación de Richard Rodgers y Lorenz Hart, los reyes de la comedia musical. A partir de ahí realizó unas 2.500 carátulas hasta que se retiró en 1973, sentando las bases del diseño actual en las portadas de discos. Sus elegantes e innovadores diseños, vagamente inspirados en las primeras vanguardias europeas (especialmente la Bauhaus y el Art Déco) envolvieron casi exclusivamente álbumes de jazz orquestal y música clásica. Su moderno estilo fue visionario, como lo demuestra el diseño de Hipgnosis para *The Dark Side of the Moon* de Pink Floyd.

Han pasado 155 años desde las primeras grabaciones sonoras de Thomas Edison. Cuando se editaron comercialmente aquellas grabaciones pioneras, el estatus de la música se había alterado ya irreversiblemente para siempre. La habilidad musical, más que un don que había que compartir, era potencialmente el producto material de una industria que crecería exponencialmente; mientras, el poseedor de un fonógrafo o gramófono pasaba de ser un amante de la música a un consumidor. Los primeros cilindros de cera no tenían casi nada que los distinguiera de cualquier otro producto expuesto para la venta. Poco después, los primeros discos planos para gramófonos se vendían sin protección alguna. En 1910, cuando ya se había convertido en habitual envolverlos en papel, la información seguía apareciendo en la etiqueta, por lo que se acabó haciendo un agujero en el envoltorio para poder acceder a ella. La protección de los discos era algo inexistente en la lista de prioridades de los productores fonográficos. Solo los almacenes que los vendían se habían decidido a dotarlos de fundas con el objetivo de proporcionarles cierta permanencia y estabilidad.

Steinweiss cambiaría la forma de entender las carátulas de los discos. Aunque este libro se centra en las portadas del rock, es justo reconocer que el jazz que él supo envolver perfectamente en sus cubiertas jugó un papel capital en la evolución del diseño gráfico musical y en la revalorización de la portada como campo de experimentación plástica. En parte su importancia se debió a que ese diseño comenzó en una época en la que el jazz era la música hegemónica en la sociedad norteamericana que bailaba al ritmo de las grandes orquestas de swing.

El jazz marcaría distancia con otros géneros musicales asociando su identidad visual con las corrientes artísticas de vanguardia al contratar a los ilustradores más innovadores. Después de Steinweiss, Jim Flora y Robert Jones le dieron continuidad a su labor en el sello Columbia, mientras que otros artistas que nunca fueron acreditados trabajaron con otras discográficas dándole más diversidad a los diseños. Flora, con sus diseños inspirados por Miró o Kandinsky, fue el primero en producir carátulas que podrían impresionar a los compradores de hoy en día.

Ya en los años cincuenta, otros artistas como David Stone Martin, Burt Goldblatt, S. Neil Fujita, Robert Flynn o Andy Warhol continuaron ensanchando los límites del arte en las portadas, aunque sería el holandés Paul Huf quien las dotaría de cierto glamour con sus fotografías lustrosas de modelos femeninas para el sello Philips. La primera carátula en ganar un Grammy fue la de *Frank Sinatra Signs for Only the Lonely* (1958) de Frank Sinatra, acreditada al cantante aunque realmente pintada por Nicholas Volpe a partir de un autorretrato del año anterior con Sinatra caracterizado como payaso. Entre todos ellos destaca Reid Miles, cuyos diseños rompieron los esquemas estéticos de la época a base de tipografías poderosas, tintados azules, rojos y amarillos ordenados en franjas geométricas que recuerdan a las pinturas de Barnett Newman y combinados con

suggerentes fotografías en blanco y negro de los músicos actuando.

La aparición de sellos vinculados a las nuevas corrientes jazzísticas como el bebop, el hard bop o el free jazz coincidió con la incorporación de la fotografía (con el trabajo de retratistas como William Claxton, Lee Friedlander, Francis Wolff o Ken Dear-doff) a las carátulas y el abandono progresivo de la ilustración, tal y como muestran los emblemáticos diseños de los sellos Blue Note, Verve, Impulse, Prestige o Riverside.

Desde aquel lejano disco de 1940, las discográficas asimilaron inmediatamente que el diseño ayudaba a vender más copias de un disco. La cubierta servía, pues, para promocionar el producto, sin que tuviera que ser necesariamente una interpretación visual de la música. Incluso se podía agrupar varios discos en una serie y mostrar un diseño ligeramente modificado que los diferenciase y que, al mismo tiempo, mantuviesen una coherencia y unidad en su conjunto. Por eso no es de extrañar que con la aparición del vinilo de larga duración en 1948, un soporte que mejoró sensiblemente la calidad y la capacidad frente a soportes anteriores como la pizarra, los sellos decidiesen continuar con una estrategia que les estaba dando tan buenos resultados.

El diseño de portadas se aplicó también al *single*, que apareció en 1954 casi al mismo tiempo que el rock and roll. En ese momento, los diseñadores se habían vuelto ya imprescindibles. Hasta ese momento, el concepto solo había sido empleado en el mundo del jazz, discos minoritarios trabajados por artistas vanguardistas que vieron como su labor ayudó a acercar ese arte a un público mayor, tal vez con alguna noción sobre música pero posiblemente con escaso o nulo conocimiento de arte moderno. La erosión gradual de la línea que separaba el jazz y otras formas de música fue acompañada también por una asimilación de los tipos de diseño de porta-

das que se consideraban apropiados para cada estilo. Bob Cato y John Berg contribuyeron a difuminar esa separación.

Sin embargo, el rock todavía se comercializaba prioritariamente en *single* mientras que el LP se reducía a una mera colección de esas canciones editadas en sencillo, sin que sus portadas llevaran poco más que una fotografía del artista y la relación de canciones que incluían. En el mundo del rock, tras unos primeros años titubeantes, a principios de los sesenta se empezó a considerar el LP como una superficie más adecuada para plasmar el concepto estético de los artistas y un campo virgen de experimentación artística en el que poco a poco se iría dotando de identidad propia a cada género y artista a través del diseño gráfico. A su vez, los músicos veían en ello una oportunidad para potenciar su identidad pública. El formato del LP en 31 x 31 centímetros se convirtió así en un simbólico lienzo en blanco a la espera de ser llenado de significados, una oportunidad única para aplicar elementos de las vanguardias artísticas destilados a partir del diseño publicitario, donde destacaban audaces combinaciones de tipografía, fotografía e ilustración que desarrollaron un imaginario estético inédito en el mundo de la música.

Muchos componentes de grupos británicos que emergieron en los años sesenta, como The Beatles, The Rolling Stones o Pink Floyd, tenían lazos con las Facultades de Bellas Artes (Peter Blake, Richard Hamilton, Storm Thorgerson...), así que empezaron a encargarse a sus amigos y contemporáneos que diseñasen sus portadas. Era lógico que a estos jóvenes artistas les interesase más trabajar en un campo relativamente nuevo y abierto a todo tipo de posibilidades que, por ejemplo, en el ya trillado mundo de la publicidad. Simultáneamente, los directores artísticos de las discográficas se estaban volviendo más receptivos a las posibilidades de las portadas como medio de transmisión y promoción de sus artistas.

Todo ello contribuyó a un gran cambio en la toma de conciencia visual. Como bien señaló el crítico de arte George Melly a finales de los años sesenta, “la portada de un disco es actualmente el hogar natural de un estilo pop visual”. Fue esta la época gloriosa del diseño de cubiertas, cuando tanto las discográficas como los músicos buscaban impactar con envoltorios elaborados. Las portadas dobles se convirtieron en la norma incluso para los artistas novatos, con desplegables, troquelados, formatos únicos, pósteres, libretos y todo tipo de reclamos buscando deslumbrar, con dos escuelas diferenciadas pero trabajando en la misma dirección, la británica (Hypnosis, Roger Dean, Martin Sharp, Marcus Keef, David King...) y la norteamericana (Cal Schenkel, Rick Griffin, Craig Braun, Ernie Cefalu, Norman Seeff...).

La crisis del papel en 1973, que elevó el precio debido a su escasez, fue la primera señal: los sellos se vieron forzados a recortar en los envoltorios de los discos y el carnaval de cartón casi toca a su fin. Sin embargo, aún se permitió una cierta indulgencia con las estrellas, para las que casi no existían límites. El punk trajo otro aldabonazo, rompiendo con las reglas no escritas hasta entonces del diseño, con un estilo intencionadamente torpe que pretendía saltarse todas las reglas hasta entonces vigentes empleando fotocopias, blancos y negros, tipografías manuales, *collage*, recortes de prensa, todo con la idea de hacerlo accesible y como arma para criticar el sistema. Durante unos años convivieron los viejos maestros como Hypnosis o los delirios pictóricos de Roger Dean, a pesar de estar aún en su treintena, con nuevos y deslumbrantes artistas como Jamie Reid o Peter Saville. Fue el cambio de formato del LP al compacto, menos vistoso y menos proclive al lucimiento, el que puso fin a los años dorados. El resto de la historia, con sus artífices, está más profusamente documentado en las siguientes páginas.

AÑOS

60

Bob Dylan: *Bringing It All Back Home*



Diseño y fotografía: Daniel Kramer

Dirección artística: John Berg

Fecha de edición: 27 de marzo de 1965

Discográfica: Columbia

No bastaba con presentar sus primeras canciones electrificadas. Desde aquella actuación en la que le gritaron Judas por dar paso a canciones con guitarras eléctricas, estaba claro que no había vuelta atrás. Dylan estaba ya en otra cosa y su nuevo álbum tendría que llevar esa marca que lo distinguiera de los anteriores ya desde su cubierta. Adiós a los retratos de sus cuatro discos anteriores, hola a una imagen distinta, rompedora.



Es cierto que en su segundo álbum, *The Freewheelin' Bob Dylan*, el cantautor se había presentado paseando por Nueva York del brazo de su novia de entonces, Suze Ro-

tolo, pero para *Bringing It All Back Home* la intención era bien distinta: mostrar a alguien especial, alguien con una sensibilidad diferente. Con ello, se abandonarían los mojigatos retratos habituales hasta entonces en el mundo de la música. Al mismo tiempo, se dejaría atrás la práctica de poner los títulos de las canciones en la portada, abriendo el camino hacia los álbumes conceptuales y a los diseños de cubiertas en los que se intentaría representar su contenido en una imagen.

Para ello, Bob Dylan tenía bien claro que quería contar con Daniel Kramer. El joven fotógrafo había visto a Dylan por primera vez en televisión y había quedado tan impresionado con su actuación y con sus letras que pasó varios meses intentando conseguir una sesión de fotos con el cantante. Tras lograrlo y contar con sus bendiciones, lo siguió un año entero fotografiándolo, tanto en el hogar del cantante como en su estudio, tanto en el escenario como en los camerinos. Entre 1964 y 1965, Kramer documentó también la grabación de los discos *Bringing It All Back Home* y *Highway 61 Revisited*, así como la sesión en la que se registró una canción tan emblemática para la historia del rock como “Like a Rolling Stone”. Esas fotografías han aparecido desde entonces en infinidad de revistas y publicaciones, reportándole además en aquel año

a su autor varias nominaciones a los Premios Grammy y a los Premios de los Periodistas Musicales. Aunque Kramer tuvo oportunidad de retratar a la gente más creativa y prominente de su época, son sus imágenes de Dylan las que más han perdurado en el tiempo.

De entre todas ellas, la más relevante es precisamente la portada de ese quinto disco de Dylan. Contra la opinión del departamento artístico de CBS, Dylan se empeñó personalmente en que fuese Kramer quien realizase aquella portada. Después de haberlo conocido, le había concedido permiso para entrar en su intimidad. De aquel contacto diario había surgido una plena confianza mutua y, lo más importante, a Dylan le gustaba su trabajo. “Era muy importante hacer algo realmente impactante”, aseguró en su momento el fotógrafo. “Traté deliberadamente de hacer algo diferente a lo que eran las portadas que se hacían entonces. No solo diferente para Dylan, pero diferente en general, punto. Quería transmitir la idea de que Dylan era especial, así que pensé en presentarlo quieto en el centro de la fotografía, dando la impresión de que todo se movía alrededor suyo. La intención era mostrar que él tenía la capacidad de ver algo más, mientras que para el resto de nosotros debía tratarse de una especie de nebulosa”.



Para ello, Kramer construyó un dispositivo para su objetivo que llevaba un anillo giratorio en sus márgenes, lo que le permitía mantener el centro de la imagen enfocado mientras los bordes se difuminaban. Por lo tanto, y en contra del rumor que se extendió una vez publicado el disco, Kramer no había colocado vaselina en la circunferencia de su cámara. Con la imagen obtenida de esa forma, el fotógrafo conseguía dos de sus propósitos: presentar a Dylan como un visionario y reflejar la mentalidad levemente alucinógena del disco.

Desde el momento de la edición de ese quinto álbum de Dylan, sus seguidores empezaron a analizar la carátula del álbum buscando mensajes entre los elementos que aparecían. Aunque se pretendiera encontrar en él significados ocultos, lo cierto es que no había existido un plan preconcebido en todos aquellos objetos, que fueron re-

colectados en poco menos de una hora en el lugar en el que se tomó la imagen. Entre ellos estaba, abajo a la izquierda, reposando en un lateral de la imagen, una señal que indicaba un Refugio Nuclear (“Fallout Shelter”) que habían hallado en el sótano de la vivienda. Sobre la mesa en la que esta se apoya, se puede ver una harmónica, instrumento habitual de Dylan hasta ese momento en su etapa acústica, representando su pasado.

Debajo del codo de la mujer se halla un ejemplar de la revista *Time* en su edición del 1 de enero de 1965, presidida por una imagen del entonces presidente norteamericano Lydon B. Johnson, con lo que se databa la imagen en un momento muy determinado. Justo a su lado se coloca un folleto en blanco y negro publicado por la Sociedad de la Tierra, ubicada en el East Village de Nueva York, asociación que tenía como misión proteger a la Tierra de posibles colisiones con cometas y otros planetas. Sobre la repisa del hogar destaca un retrato de Lord Buckley, un actor estadounidense intérprete de monólogos, que se convirtió en un cómico de culto y que se anticipó a la generación Beat, influencia reconocida por artistas como George Harrison, Tom Waits, Dizzy Gillespie, Jimmy Buffett o el propio Dylan. A su lado, una copia de la revista *Gnaoua*, dedicada al exorcismo y con una amplia colección de poe-

sía beat en las páginas de aquel número, recopilada por Ira Cohen. Un poco más allá se sitúa un *collage* de cristal que Dylan llamó *El payaso* y que había hecho para Bernard Paturol, el dueño del Café Expreso en Woodstock y quien le había dado alojamiento durante una temporada.

Entre los discos que acabaron apareciendo en la portada están *Keep on Pushing* de The Impressions, *King of the Delta Blues Singers* de Robert Johnson, *India’s Master Musician* de Ravi Shankar, *Sings Berlin Theatre Songs by Kurt Weill* de Lotte Lenya y *The Folk Blues of Eric Von Schmidt*, un álbum cuya pose Dylan copiaría posteriormente para la portada de *Nashville Skyline*. De esta selección se puede desprender implícitamente que se pretendía reivindicar que Dylan estaba reintroduciendo aquella vieja música —blues, folk, clásica, soul— a una nueva generación, ‘trayéndola de vuelta a casa’, que sería la traducción del título. Aunque no aparece en el encuadre final, también contaron con una copia del EP de Françoise Hardy *J’suis D’accord*, que colocaron a los pies de Dylan y que solo se puede ver en otras fotografías descartadas de la misma sesión. Por último, al fondo, el álbum previo de Dylan, *Another Side of Bob Dylan*, aparece como en medio de las llamas de la chimenea, quemado metafórica-

mente en el fuego de la nueva dirección del cantante.

Por un simple proceso de empatía, al espectador siempre le llaman más la atención las figuras humanas. En este caso, Dylan aparece sentado inclinado hacia adelante sosteniendo un gato persa de nombre Rolling Stone. En sus piernas descansa una revista abierta con un anuncio de la biografía de Jean Harlow escrita por la periodista de cotilleos Louella Parsons. Las mangas de su camisa se encuentran anudadas por unos gemelos que pueden pasar perfectamente desapercibidos, pero de los que luego Joan Baez descubriría en su canción de 1975 “Diamonds & Rust” y en su autobiografía de 1987 que habían sido un regalo suyo.



Bob Dylan: *Bringing It All Back Home*

Director de la colección "Vinilomanía"
de Milenio Publicaciones: Javier de Castro.

© del texto:	Xavier Valiño García, 2019
© de la reproducción de las carátulas:	Colección del autor
© de la imagen de la portada:	Colección del autor
© de los discos de la contraportada:	Colección del autor
© de esta edición:	Milenio Publicaciones SL, 2019 Sant Salvador, 8 · 25005 Lleida tel.: 973 236 611 · fax: 973 240 795 e-mail: editorial@edmilenio.com www.edmilenio.com
Primera edición:	octubre de 2019
Impresión:	Arts Gràfiques Bobalà SL Sant Salvador, 8 · 25005 Lleida
ISBN:	978-84-9743-882-7
DL:	L 882-2019

Printed in Spain

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Repográficos, <www.cedro.org> si necesita fotocopiar, escanear o hacer copias digitales de algún fragmento de esta obra.