

Homenaje al cuadrado

Emilio Gil

ECM es una aventura musical que tiene bastante de proyecto personal. Fundada en 1968 por Manfred Eicher en la ciudad alemana de Munich ha editado desde entonces más de mil referencias en dos colecciones distintas: la especializada en jazz y a la cual debe su primer prestigio y, más recientemente, “New Series” centrada en música clásica tanto contemporánea como de grandes compositores históricos.



Además de por la selección de su cuidadísimo catálogo y por un sonido y unas producciones musicales exquisitas, ECM se ha distinguido desde sus primeros lanzamientos por la calidad gráfica de sus cubiertas, consecuencia del trabajo de los directores de arte Barbara y Burkhardt Wojirsch, Dieter Ram y, más recientemente, Sascha Kleis, aunque en el fondo el auténtico Director de Arte, e inspirador del estilo gráfico de ECM es, como todos sospechamos, el propio Eicher. Se intuye que lo suyo ha sido una forma de diseñar sólo con ideas, con propuestas conceptuales, sin llegar a la

concreción o a la realización material de las fotografías, de la composición final o de la organización tipográfica de la cubierta. La calidad de las cubiertas de ECM justifican la aparición de *Windfall Light*, un libro recientemente editado por Lars Müller Publishers que recoge sus portadas en una publicación diseñada de forma tan cuidadosa y bella como el propio material gráfico que presenta.

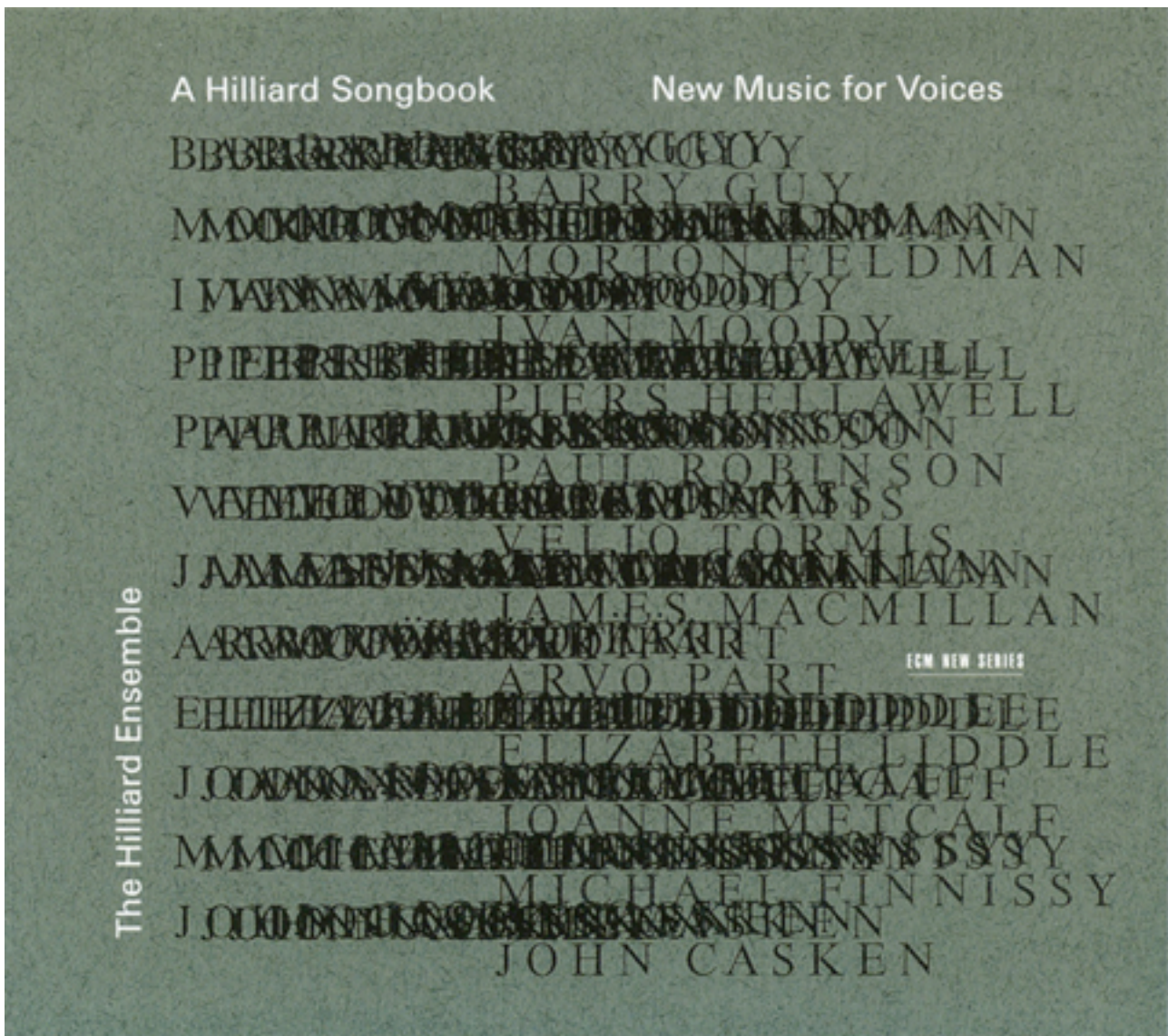


En la historia del disco como soporte sonoro hay otros grandes nombres que han sobresalido a lo largo de su existencia. Sellos, a los que creo que se puede aplicar con justicia el calificativo de míticos, como son las discográficas americanas “Impulse”, “Verve”, “Columbia”, “Mercury” o “Blue Note”, por sólo referirnos al mundo del Jazz. Esta última es uno de esos casos poco habituales en el mundo de la comunicación gráfica de cómo se puede construir una identidad gráfica atractiva, potente y reconocible, a partir de pocos elementos comunes.

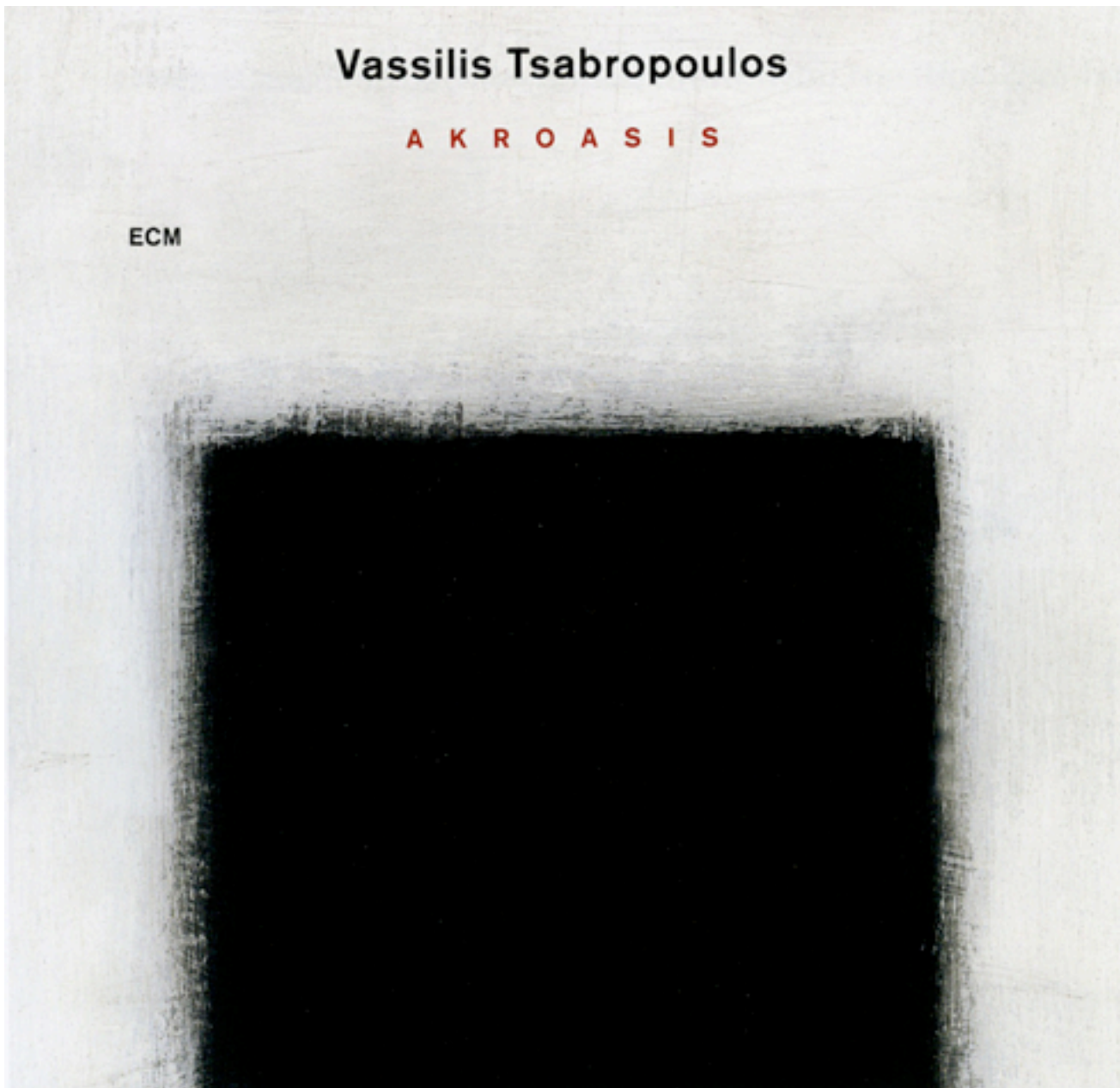


El trabajo que para Blue Note realizó Reid Miles está en el extremo opuesto en cuanto a la propuesta formal, pero cercano en muchos aspectos, a lo conseguido por ECM más recientemente. Arvo Pärt cuenta en *Windfall Light* su impotencia para encontrar las palabras adecuadas cuando intenta describir su profunda afinidad con el trabajo de su editor discográfico: “no sé como describirla”. A mi también me cuesta. Es más me cuesta incluso transmitir cuáles son los elementos que caracterizan el “estilo ECM”.

Se ha hablado mucho de la simplicidad, de las “atmósferas”, de la desnudez invernal de las imágenes, de su elegancia, de la ausencia de la figura humana, pero todo ello son sólo meras descripciones de sus contenidos y no ahondan en la explicación de lo que ha hecho especial al “estilo ECM”. Cada imagen de las cubiertas se presenta como si estuviera extraída de un silencio universal; cada motivo aparece como una apelación contra lo profano y su ubicuidad, y cada objeto atrapa la atención del observador como si estuviera ahí desde siempre.



Mientras en otras compañías discográficas se plantean: “Debemos seducir” parecería que en ECM piensan “tenemos que encontrar el lenguaje expresivo adecuado para esta música concreta”. Como dice el escritor Thomas Steinfeld en uno de los textos que entrecorta el relato visual de este libro: “Ninguna de las imágenes de las cubiertas es una ‘ilustración’ en el sentido estricto de la palabra. Ninguna de ellas se refiere a los músicos o a la música como una decoración; no pretende proporcionar una interpretación o ser una interpretación por sí misma. Estas imágenes acompañan la música como piezas de arte y por sus propios méritos; en sitios desacostumbrados y, a menudo, con formas sorprendentes”. Cada una de ellas es un jeroglífico que nos aproxima a un aspecto poco desarrollado del diseño: la comunicación como pregunta y no únicamente como respuesta. Lo que distingue el estilo artístico de las cubiertas de ECM y las enriquece de un contenido metafóricamente cambiante es la forma inmensamente refinada con la que maneja los inesperados cambios de significación, lo no similar, lo no obvio se pone en primer plano, convirtiéndose en el foco de atención.



La selección de las imágenes está basada en una correspondencia con el carácter y la cualidad de la música evitando lo que podría convertirse en un diseño “invasivo” o pretencioso. Algo realmente fuera de lugar en este sello ya que la apariencia contenida de las cubiertas contribuye significativamente a concentrarnos en lo esencial. Si se observan los discos de diferentes épocas en la historia de ECM es fácil ver como el estilo de las cubiertas cambia; en los primeros 80, por ejemplo, las imágenes en color a menudo presentadas sobre una superficie blanca fueron desapareciendo. Las fotos que Franco Fontana realizó para el álbum de 1977 *Staircase/Stand* de Keith Jarrett podrían ser el mejor ejemplo de esta tipología. Los cambios reflejan ciertamente la transición al formato CD que no permitía una composición tipo cartel como era anteriormente. El diseñador norteamericano John Maeda afirma que “la simplicidad consiste en sustraer lo



que es obvio y añadir lo específico” y Francis Bacon llegó a decir que lo que se puede contar con palabras no merece ser pintado.

En línea con la afirmación de Bacon, nos podríamos preguntar ¿es necesaria la música? La primera frase comercial que recuerdo de ECM era: “el sonido más bello después del silencio”. Tal vez, parafraseando a Bacon y llevando esta argumento al límite, podríamos afirmar que lo que se puede contar con una imagen de portada no merece la pena que se convierta en música. En cualquier caso, buenas noticias para todos los que creemos en la necesidad del soporte físico para la música: tal vez la salvación del disco venga de la mano del diseño.

GIL, Emilio, Windfall Light. The Visual Language of ECM, Lars Müller Publishers, Baden, Suiza 2010.

