

3- EL ROCK COMO FENÓMENO CULTURAL

3-1 CONTRACULTURA Y OFICIALIDAD

3-1-1 EL CICLO IMPARABLE: REVOLUCIÓN Y ASIMILACIÓN

"En la historia de la música pop y sus formas primitivas se repite la historia de la ciudad europea. ¿Como farsa? Primero, aparece un lugar de libertad y seguridad relativas frente a los dueños de la Tierra. Luego, como protagonista de las nuevas formas de economía y expansión capitalista. Y, finalmente se transforma en lugar de la aventura y la diversión. (...)

Estos dos roles de la ciudad son la prehistoria de su rol en la música pop: asilo redentor y aventura" (1)

"Un movimiento artístico jamás debería ser usado como si de un grifo se tratase, que tanto se abre como se cierra al antojo manteniendo siempre el mismo caudal de líquido regenerador" (2)

El rock se ha balanceado entre dos posturas: Un carácter subversivo que ha obtenido su respuesta opuesta en una naturaleza reaccionaria. El combate entre materialismo y trascendentalismo son respuestas a una motivación por *"una dialéctica entre el yo y el otro, entre el propio interés y el ajeno"* (3), que no son sino un reflejo del dilema moral de cada individuo, extensible al ámbito de lo social. El rock, como producto social y movimiento cultural, no estuvo exento de estas dinámicas.

Este hecho se produjo de una manera paralela en las diferentes corrientes contraculturales nacidas al amparo del rock. Salvo cuando se trataba de lo que Frank Thomas (analista político y escritor estadounidense, autor de *La conquista de lo cool*) llama *productos de consumo extremos*, que el columnista estadounidense identifica en dos ejemplos coetáneos: los Monkees y los MC5 a finales de los años sesenta. Los primeros, creación de la industria discográfica para emular a los Beatles. Los segundos, banda comprometida con la revolución izquierdista apadrinada por el activista John Sinclair.



The Monkees



MC5

La historia del rock ha basculado en esta constante en un ciclo cada vez más acelerado. En cuanto los preceptos contraculturales comienzan a extenderse los eslóganes y símbolos se trivializan. Mermada su fuerza, son mucho más sencillos de manejar y banalizar.

Tres fases de asimilación cultural

Una renovación constante que siguió unos pasos idénticos en todos los casos que estudiamos: renovación contraria a lo establecido, digestión por parte del sistema y difusión del nuevo credo alcanzando un nuevo anquilosamiento.

"un fenómeno curioso: y es que la industria, y el sistema social al que la industria sirve, se convierten en elementos creadores y difusores, precisamente de aquello que pretenden canalizar y reprimir" (4)

Al hilo de este carácter cíclico, Charlie Gillett cita al sociólogo Talcott Parsons en referencia al proceso de *adaptación social*. Éste consta de tres fases:

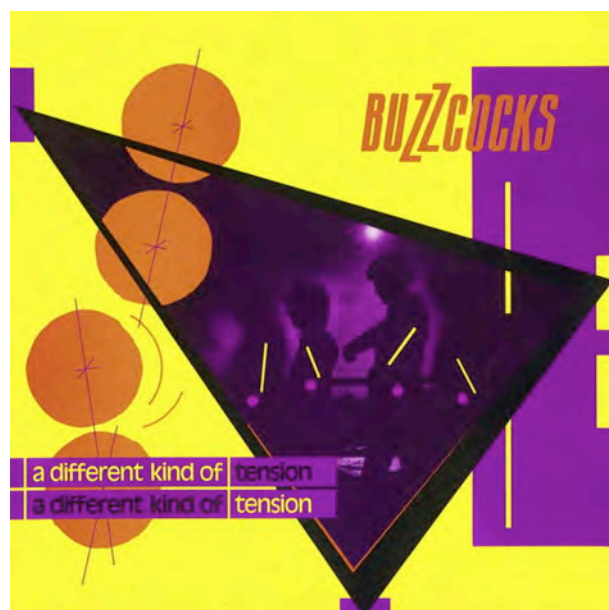
- Exclusión: *Cuando el grupo minoritario en su totalidad se ve privado de los privilegios disfrutados por el resto de la sociedad.*

- Asimilación: *Cuando estos privilegios los disfrutan miembros favorecidos del grupo minoritario pero continúan siendo negados para el resto. Se tolera a unos cuantos favorecidos con la condición de que rompan muchos de los contactos con su propio grupo y adopten las convenciones de la sociedad establecida.*

- Inclusión: *Cuando al grupo minoritario entero se le concede la aceptación plena en la sociedad, sin tener que abandonar sus características distintivas.*
(5)

El *underground* es objeto de estudio para la industria, en busca de la próxima novedad que refresque lo establecido. Malcolm Garrett, (diseñador que trabajó con el grupo punk Buzzcocks), recuerda el cambio de paradigma respecto a los 70:

"En 1976, los estudiantes rehusaban entrar en agencias de publicidad, porque creían que su trabajo sería tragado y no visto. Ahora las agencias de publicidad se apresuran en bajar todos los años a las exposiciones de las escuelas para hacerse con los mejores estudiantes. Gracias al punk, los clientes se están dando cuenta de que tienen que seguir el ritmo del estilo joven de cara a vender productos" (6)



A different kind of tension, Buzzcocks, 1979
Portada de Malcolm Garrett

"In 1976, students refused to join advertising agencies, because they thought their work would get swallowed and not be seen. Now advertising agencies rush down to college shows every year to snap up the best students. Thanks to punk, clients are realising to have to keep pace with youth style in order for products to sell" (6)

La contradicción creativa

Para Greil Marcus (periodista norteamericano, autor de *Rastros de carmín: Una historia secreta del siglo XX*) la audiencia rock se acerca a una *comunidad ideal* de aceptación.

"En el trabajo de cualquier intérprete hay siempre un intento de crearse a sí mismo, de crear un hombre nuevo a partir de lo heredado y lo imaginado, y cada uno de esos intentos individuales implica una comunidad ideal, siempre difícil de definir, en la que el hombre nuevo se sentirá como en su propia casa" (7)

Marcus establece un principio de contradicción creativa según el cual se plantea una relación entre artista y audiencia que generará diferentes dinámicas de desarrollo basadas en las imágenes que el artista brinde y la recepción de éstas por parte de la audiencia. Para Marcus este aspecto ofrece una consecuencia de la naturaleza democrática del rock, una extensión de la democracia norteamericana, dándose en ésta un choque entre individualidad y sentimiento colectivo: *"una flagrante contradicción: el credo individualista de cada hombre y mujer que conlleva la soledad y la separación, y la aspiración a la armonía y a la comunidad"* (8)

Esta "contradicción creativa" se ve resuelta en casos excepcionales. Pink Floyd con su disco *Dark Side of the Moon* obtuvo un enorme éxito comercial y artístico al mismo tiempo. Hazaña lograda por la concatenación entre la alta calidad a nivel creativo, una campaña de marketing enorme por parte de su compañía discográfica, y un momento en el que la audiencia se sentía muy receptiva para con los temas tratados.

"El grupo había resuelto la tensión que sintieron originalmente entre el control artístico y ¡hacerse extremadamente ricos de cualquier forma! Parecieron lograr el ideal de las escuelas de arte de los años 60 - expresar una visión individual del mundo, usando todos los recursos tecnológicos disponibles, incorruptibles por el proceso pop, logrando un buen nivel de vida. Se beneficiaron aún más que Cream por la difusión de la ideología romántica entre la audiencia rock" (9)



Pink Floyd, 1973

"The group had resolved the tension they'd originally felt between artistic control and becoming astonishingly rich anyway! They seemed to achieve the 1960s art school ideal - expressing an individual vision of the world, using every technological resource available to them, uncorrupted by the pop process, making a good living. They benefited even more than Cream from the diffusion of Romantic ideology among the rock audience." (9)

Observamos un despliegue de una rutina de creación y aceptación de parámetros contraculturales emparentados con el rock. La diferencia entre alta y baja cultura equivale a la diferenciación entre auténtico y falso. Esta última instancia ha sido determinante en la evolución del rock.

"Lee cualquier historia del rock (...), y encontrarás la misma línea narrativa: el estallido inicial de energía popular; la respuesta de hacer algo rutinario por parte de la industria. Si el postmodernismo significa una ruptura de los límites entre alta/baja cultura, significa también el fin de este mito histórico - que es donde entran los músicos de arte pop, complicando lecturas sociológicas de lo que significa la música, poniendo en juego sus propias explicaciones de autenticidad y artificio" (10)

La velocidad como signo de los tiempos, la aceleración consumista y la obsolescencia

Desde que en los años cincuenta se potenciase el ciclo *producción - consumo*, la velocidad y la aceleración se convirtieron en valores supremos del contexto capitalista. Éstos también marcaron a una juventud rebelde que, como observaremos, quiso para sí una revolución acomodada basada en el ocio y la diversión.

Incluso Dean Moriarty, el protagonista de la novela de Jack Kerouac, *En el camino*, arquetipo contracultural, se vinculaba a una rebeldía conectada con la velocidad. Michael Tambini cita la nueva estética que durante los cincuenta, tomó el diseño automovilístico:

"Harley Earl de general Motors alteró la forma de los coches con el fin de que ésta expresara la confianza en la que la sociedad estadounidense de posguerra vivía. Sus automóviles pasaron a ser amplios, bajos y muy largos. Llevaban interiores fastuosos, imaginativos alerones traseros, cromados por todas partes, limpiaparabrisas cruzados e impactantes colores" (11)



Chevy 50's

"Read any rock history (...), and you find the same narrative line: the initial rush of popular energy; the routinizing record company response. If postmodernism means a breakdown of high/low cultural boundaries, it means too the end of this historical myth - which is where the art-pop musicians come in, complicating sociological readings of what music means, putting into play their own accounts of authenticity and artifice." (10)

Al mismo tiempo señala el comienzo de una producción respaldada en la obsolescencia planificada. Este concepto hará al rock susceptible de entrar en los ciclos de renovación y comercialidad que analizamos en este apartado.

Julián Hernández (cantante de Siniestro Total, autor de *Hay vida inteligente en el rock and roll*) reflexiona sobre la velocidad como adalid de la modernidad. Su aplicación en diferentes facetas culturales produciría desiguales efectos y hallazgos:

"En pintura sería el collage, por ejemplo. Es decir, lo más rápido y eficaz consiste en tomar lo que otros han hecho, mezclarlo convenientemente y ofrecer un nuevo producto. Ahí es nada, porque es lo que ha pasado en toda la historia conocida de la humanidad, pero ahora somos conscientes de ello" (12)

Debemos establecer un matiz importante al respecto de lo que suponíamos sobre las relaciones entre el sistema establecido y la contracultura: La obtención de nuevos símbolos y enfoques que el primero lograba gracias al estudio y asimilación de la segunda. La divulgación de la cultura popular necesita unos factores que permitan su aceptación. La aplicación de unos códigos ideológicos y visuales determinados juega a favor de esto.

La nostalgia y el culto en torno a los años sesenta, donde todo era posible y nuevo, procedería de unos tiempos de cambio en el contexto comercial. Una metamorfosis en torno a la imagen y su evolución que nos permiten establecer las bases sobre las que se asentará la evolución visual que aquí estudiamos.

"La facturación acelerada, la caducidad instantánea y la producción en masa no se expresan en armamento sino en artículos desechables. Como dice Paul Virilio: "Es la identificación absoluta producción y destrucción. (...)

Esta intensidad pop sirve también para describir sus propios medios de producción: el incesante movimiento de la novedad." (13)

3-1-2 LA ACTITUD PUBLICITARIA

El contexto histórico - artístico en el que se movieron las bandas compuestas por estudiantes y graduados de las escuelas de arte provocó que estos se movieran en torno al arte pop. Un escenario artístico emparentado con lo que denominaremos "actitud publicitaria". Esto hizo posible el desarrollo de los discos conceptuales, las óperas rock y una estética visual análoga al *pop art*.

Los Beatles recurrieron a las colaboraciones de dos artistas clave para sus discos *Sargent Pepper's* y *White Album*: Peter Blake y Richard Hamilton. Pete Townshend, guitarrista de The Who, desplegó un concepto pop en el tercer disco del grupo, *The Who sell out* (1967), para el que recurrió a ensamblajes de anuncios "fabricados" expresamente. Los álbumes se convertían así en moldes artísticos con los que poder trabajar, más allá de una colección de canciones. A nivel puramente visual, los trabajos iban acordes a esto: *The Who sell Out* mostraba a los componentes del grupo como protagonistas de hipertrofiados productos cotidianos, en unas imágenes repletas de comicidad y sarcasmo. (ver apartado 2-8-2-13, The Who)

Esta nueva concepción *arte pop* del producto rock redundó en el énfasis de un nuevo tipo de protagonista, la *estrella del rock*, cuyas cualidades rebasarían las meramente musicales. Ya en boga desde los primeros tiempos, con Elvis a la cabeza, el *rock star* se convertiría en una especie de *héroe cultural*.

Los antagonismos entre agrupaciones como Rolling Stones o Beatles se amplificaron en el seno de algunas bandas. En los Beatles algunos veían a Lennon como autenticidad y radicalidad, y a McCartney como honorabilidad y tradición. Incluso Ringo Starr o George Harrison, de un modo secundario, gozarían de las simpatías de aquellos apegados a la discreción o a un carácter más espiritual.



John Lennon y Paul McCartney, 1969

Esto alcanzaría el paroxismo en el periodo glam: Marc Bolan o David Bowie fueron poco menos que semi-dioses para sus fans. Bowie lo aprovechó para engendrar sucesivas personalidades que definieron su carrera de un modo camaleónico, adelantándose a los acontecimientos para no caer en el olvido. Por otro lado, Alice Cooper supo descontextualizarse de esta *tradición heroica*, por medio de la creación del *villano*. En sus propias palabras:

"Entendíamos el sensacionalismo, las reacciones. Sabíamos como funcionaba en la prensa. Creé a Alice Cooper, el personaje, para que fuese mi estrella de rock favorita" (14)

3-1-3 LA POPULARIDAD MASIVA DEL ROCK

En 1968, el rock había cambiado el negocio de la música: Aquel año, se vendieron por primera vez más discos que singles. Con la llegada de los años 70, habiendo demostrado sus capacidades de desarrollo artístico y despojado de su caudal ideológico contracultural, aumentó su "corporativismo".

La toma de conciencia del rock como arte contribuyó a su desarrollo creativo. A su vez, la industria del espectáculo se percató de las posibilidades económicas que se podían extraer del éxito que el rock estaba alcanzando: había dejado de ser un ritmo juvenil, convirtiéndose en un movimiento sociocultural difusor de las ideas de la juventud. Y al mismo tiempo, un caldo de cultivo visual sin precedentes que llevó los valores del arte pop a nuevas cotas, al prestarse a una difusión generalizada de obras ambiciosas en formato de portada, póster o camiseta.

"De Pink Floyd a Bruce Springsteen; de Led Zeppelin a U2: en los años setenta y ochenta, el rock se convirtió en un lenguaje de masas, el vehículo musical hegemónico del mundo contemporáneo, en torno al cual se construyó un star system que

mantiene su plena vigencia entrado el siglo XXI (...) en ese periodo en que el rock mostró su potencial expresivo, inventó tendencias, generó iconos y se convirtió en show Business a gran escala (...) cuya estela sigue marcando el signo de la actualidad" (15)

Para Asier García, es imprescindible entender el rock como *parte del mundo capitalista*. Gracias a esta condición, tanto su lado más comercial como el más contestatario y progresista, han sido objeto de intercambio y especulación. Un ventajoso producto que se ha beneficiado de esta acepción en su difusión y popularidad.

En palabras de Jaime Gonzalo (periodista y crítico musical, autor de *Poder Freak*), la pertenencia al mundo capitalista supone la comprensión de un éxito cimentado en las *"mayores posibilidades de elección sobre la máxima diversidad de mercancías"* (16)

Consecuentemente, el granjeo de beneficios se extendería incluso a lo aparentemente alternativo:

"la contracultura sería una gigantesca fuente de imaginería y una colosal mercancía-fetiché con la que experimentaron a su antojo las nuevas tecnologías de la comunicación" (17)

Los cambios dados por los mecanismos empresariales a mediados de los años sesenta, gestaron un nuevo paradigma con el resultado de nuevos métodos creativos. Un mercado mediante el cual la interrelación constante entre producto y consumidor, forjó la posibilidad de generar sucesivos cambios de orientación y modas. En el ámbito del rock esto permitiría una renovación progresiva a medida que las diferentes generaciones de jóvenes demandaran un producto con el que identificarse.

Theodore Roszak, (profesor de historia en la Universidad de California), acuñó en Otoño de 1969 el término "Contracultura" en su libro *The Making of a Counter Culture: Reflections on the Technocratic Society and Its Youthful Oppositions*. Según Roszak:

"Somos hijos de la tecnocracia y esta no es solo producto del capitalismo sino también del industrialismo. Se podría eliminar la obtención de beneficios, pero la tecnocracia seguiría predominando y diseñando nuestro concepto de la realidad" (18)

A finales de los años sesenta, el rock se había establecido como movimiento sociocultural de primer orden. Las bandas se lanzaban a la carrera de proyectos ambiciosos: álbumes conceptuales, óperas rock, espectáculos en escena, y un incremento sustancial de las propuestas visuales con las que ensanchar sus ambiciones creativas. En 1972, la música destronó a televisión y cine como principal generador de ingresos dentro de la industria del entretenimiento.

Mediada la década, el mercado discográfico se organizó en torno a *lobbys* que manejaban el negocio y los gustos populares. La megalomanía de las superestrellas y el inmovilismo provocaron el descontento que fraguó el movimiento tangencial que devino en el Punk.

3-6-4 LA SUBVERSIÓN COMO NEGOCIO

"Los mecanismos de la comercialización funcionan siempre según una ley de rendimientos decrecientes: cuando el resto del mundo asimila el truco, hay que jugar más fuerte para mantener la exclusividad" (19)

Cualquier movimiento cultural que se precie, está sujeto a los avatares de su contexto histórico concreto. El rock, surgido en los años posteriores al término de la II Guerra Mundial, dio sus primeros pasos como un producto más de la despreocupada atmósfera que se vivía en Estados Unidos entre finales de los años cuarenta y primeros cincuenta. Unas crecientes ansias de diversión y experimentación sexual en la juventud trajeron consigo unos bríos contraculturales con los que poder quebrar la gradual censura con la que los poderes políticos y económicos intentaron aplacar dichos arranques.

"Las masas querían parecer inconformistas, así que ello significó que el inconformismo tenía que ser manufacturado" (20)

Si existe un mecanismo que el rock ha empleado durante toda su historia ha sido subvertirse con lo precedente.

Ya sea rebeldía juvenil o ansia creativa, la alteración del *status quo* ha generado nuevas propuestas que paradójicamente se enraizaban con alguna *tradición* precedente. Una ruptura teñida de nostalgia.

La carrera por ser la novedad empezó desde el comienzo. Los Shadows recuerdan la llegada de los Beatles. Les hizo ser inmediatamente el *establishment* y pasar de ser la novedad a ser caducos. Algo reflejado también en lo visual. Se les consideraba "viejos", y solo eran dos años mayores.

El factor contra el que se combatía el hecho de ser viejo era porque ello conllevaba aburrimiento. En palabras de John Ingham, redactor de la revista Sounds, en relación a como los Sex Pistols y el aparato dispuesto por Malcolm McLaren para lanzar al éxito a éstos.

"Sentí una gran admiración hacía él, porque había sido capaz de convertir en un producto toda la frustración que yo había sufrido durante los dos últimos años. ¿Que se lleva ahora? Haz lo contrario. La gente llevaba pantalones de pata ancha: pues tú llevas pantalones ajustados. Se lleva el pelo largo: tú te lo dejas corto. La gente toma drogas: los Sex Pistols no toman drogas." (21)



Sex Pistols en 1976

"The masses wanted to look non-conformist, so that meant the nonconformity had to be mass-manufactured" (20)



The Shadows, 1962

Para Tom Wolfe (escritor y periodista estadounidense, autor de *Ponche de ácido lisérgico*), existe una tradición con doble efecto:

"la alta sociedad ha tenido siempre dos formas de atestiguar su superioridad sobre la odiada "clase media". Pueden asumir los arreos de la aristocracia, y pueden entregarse a la emoción izquierdista de adoptar ciertos estilos de los grupos inferiores." (22)

La revalorización de lo trivial que el arte pop había traído consigo y la afinidad por lo cotidiano e incluso lo kitsch, facilitó que el rock alcanzase la fama que lo colocó como punta de lanza de las reivindicaciones juveniles de la época.

Frank Thomas, en consonancia con Wolfe, habla de un mecanismo por el cual:

"Esos pseudoproductos eran herramientas en virtud de las cuales la clase dirigente confiaba en sobornar e integrar a la oposición, eran unos símbolos de la rebelión que enseguida se tradujeron en bienes de consumo inocuos e insustanciales que se vendían a los mismos que los habían creado como sucedáneos de lo auténtico" (23)

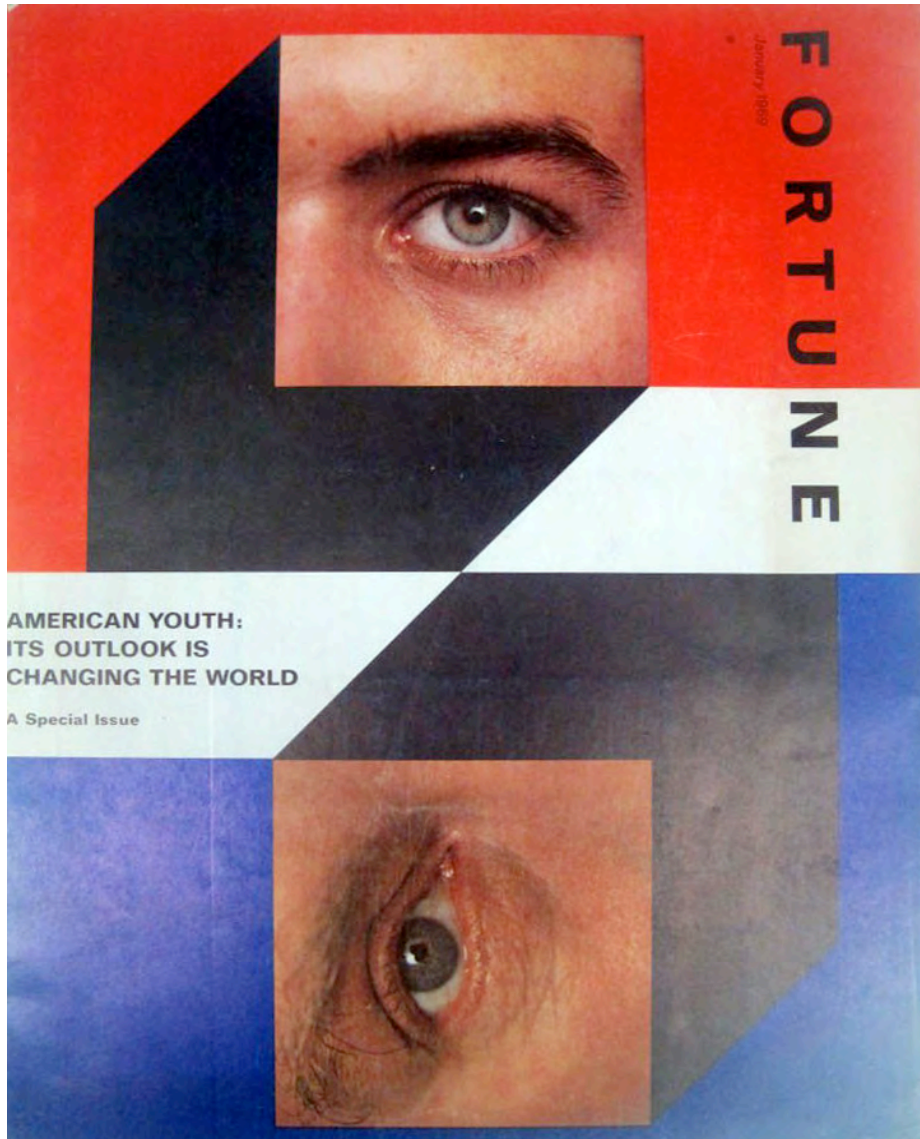
Thomas se refiere a como la corporación de telecomunicaciones AT&T recurrió al eslogan *The times they are a changin'* (título de una de las canciones más conocidas de Bob Dylan) o Columbia Records y su *"Si no vas a escuchar a tus padres, a la autoridad ni a la cultura dominante, ¿por qué ibas a escucharnos a nosotros?"*, como ejemplos de asimilación de aspectos contraculturales y subversivos. Este último es paradigmático en cuanto a que desnudó la estratagema de lo rebelde: lanzar piedras contra su propio tejado en pos del beneficio.

El extremo de esta asimilación contracultural por parte del sistema económico llegó en 1969 cuando *Fortune*, magazine económico, ofreció unos cursos para, como nombra Jaime Gonzalo, *descifrar los códigos juveniles*. Éste recuerda el panfleto por el cual un estudio de mercado había llegado a la conclusión de que: *"En 1970 una de cada tres personas norteamericanas tendrá menos de 25 años (...). Las modas deben ser estudiadas, la conducta consumidora de la juventud debe ser analizada"*(24)

Y así, diferentes factores contraculturales fueron potenciados. Las empresas estadounidenses vieron en la contracultura un *aliado simbólico* con el que afrontar una paralizada mecánica creativa que produjo un divorcio entre la juventud y el mercado. En una sociedad abocada al consumo, donde éste es principio y fin, era

lógico que una reiteración productiva redundara en un rechazo por parte de quien requiere novedad. Y así:

“acogieron favorablemente la revolución cultural liderada por los jóvenes, no sólo porque estuvieran planeando subvertirla, ni siquiera porque creyeran que esto les permitiría explotar un mercado joven de unas proporciones gigantescas (...), sino porque en ella vieron a unos camaradas que pugnaban por revitalizar la empresa estadounidense y, en general, el orden consumista. Si durante los años cincuenta puede decirse que el capitalismo norteamericano se dedicó a comerciar con el conformismo y la mentira consumista, durante la década siguiente ofreció autenticidad, individualidad, diferencia y rebelión” (25)



Fortune, enero 1969 - "Juventud americana, su perspectiva está cambiando el mundo

Estas descontextualizaciones para con lo previo remiten a otro aspecto señalado por Gonzalo, y su referencia a la *guerra mundial de las culturas* de Gramsci (Antonio Gramsci, teórico marxista italiano de comienzos del siglo XX).

Nada mejor para esto que recurrir a la llamada *revolución imaginada*. Gonzalo cita a Camus y su *Mythos*, por el que *“los mitos tenían más poder que la realidad”* (26)

De este modo se crea una suprarrealidad alternativa que alimenta de poder simbólico a una juventud necesitada de personalidad y autoafirmación.

Harry Shapiro habla de un doble juego en el que el rock toma parte como disidencia y control al mismo tiempo.

“el rock es un vehículo de control social más que de anarquía. Los autores llegaron a la conclusión de que “el estudio sugiere que la música rock aparentemente canalizó el malestar social hacia una dirección políticamente más pasiva. Al ayudar a convertir las opiniones revolucionarias en cantos retóricos, el rock contestatario facilitó la oposición simbólica al status quo entre los jóvenes” (27)

Los mecanismos para la elaboración de este consumismo progresista y juvenil, son ideados mediante un proceso de descontextualizaciones contra lo previo y asentado. Un *producto intercambiable* conectado a la *Tradición Romántica* basado en oposiciones:

“Frente a la abundancia material, pensamientos elevados. Ante la adustez monocromática de lo adulto, la multicolor extroversión juvenil” (28)

Una naturaleza eternamente joven a la que se ve abocada un rock en permanente aceleración y proceso aparentemente renovador. Necesitado de reinventones que puedan engendrar sucesivas escenas y sub-géneros con el fin de satisfacer las ansias de un público nuevo, ávido de apoyos ideológicos y visuales que lo reafirmen. Gonzalo cita a la administración Kennedy como inicio de esta *permisividad hacia su espacio de juego* y al escritor Jack Kerouac, recordado por señalar:

“un simple cambio en la moda y en las costumbres, un caparazón histórico que se limitará a cambiar de vestidos y pantalones, institucionalizado en nuevas fachadas, nuevos motivos para la maldad, nuevos motivos para la virtud y nuevos motivos para el perdón” (29)

La subversión televisada

Desde que Elvis Presley apareciera en el show de Ed Sullivan moviendo sus caderas y causando una conmoción entre la generación adolescente a mediados de los 50, la televisión fue una herramienta publicitaria de primer orden para nutrir a una clase media ávida de nuevos ídolos. Las sucesivas encarnaciones del rock utilizaron este vehículo, y fue cuestión de tiempo que pequeñas degeneraciones tuvieran lugar con el objeto de romper lo que se había vuelto tradicional, para poder abrazar mayores cotas de difusión mediante la transgresión.



Elvis Presley en El show de Ed Sullivan, 1956

“No hay nada como ir contra las normas. Es lo más rentable en el mundo del rock. Haz lo más insospechado, rodéate de polémica y verás cómo tus discos, por poco o mucho que lo merezcan, venden más de lo que harían sin esa promoción” (30)

La televisión es un medio que posibilita la creación y modificación de conciencias populares. La información es diseñada y puesta en circulación como un bien consumible. El receptor, en función de su carácter crítico, se subordina en mayor o menor grado hacia el emisor. Un cauce fluido y constante de productos similares entre sí, creadores del *establishment* momentáneo.

La ruptura programada en este canal, bien estructurada, puede dar pie a la concepción de nuevos paradigmas que acarreen beneficios a través de la descontextualización. El permanente ciclo Exclusión-Asimilación-Inclusión que trazó Talcott Parsons. En el rock fue la nota predominante que modificó las sucesivas etapas analizadas en esta tesis.

Según Michael Tambini (autor de *El diseño del siglo XX*) la televisión fue la gran aliada de la publicidad, que causó el *nacimiento del consumismo de masas*. Suscribiendo la existencia previa de *ideas utopistas* y géneros musicales vinculados a actitudes, Sabino Méndez insiste lo determinante de la aparición de la televisión:

“El desarrollo de una tecnología que hacía la comunicación más inmediata hizo confluir ambos fenómenos. De ese modo, un género musical bastante simple se convirtió en el vehículo de transmisión de unas interrogaciones, de unas inquietudes generacionales que criticaban los errores del mundo anterior y proponían difusas alternativas utopistas” (31)

3-6-5 LA VUELTA A LAS RAÍCES Y EL CARÁCTER AUTORREFLEXIVO

“Cuando el enorme impulso del modernismo pop empezó a flojear, empezó la era de revivals de tendencias de la década anterior. El estilo reemplazó el contenido y la ropa se convirtió en disfraz” (32)

La era de la permisividad, según Victor Bockris (escritor británico especializado en biografías de artistas y músicos, autor de *Transformer: La historia completa de Lou Reed*), finalizaba a comienzos de los setenta. Las medidas de Nixon de prohibir cualquier tipo de manifestación que ensalzase las drogas, y los ataques de los sectores más conservadores a la contracultura hicieron mella. Si a mediados de los años sesenta el rock tomó conciencia de su capacidad artística, a finales de la década, desarrolló un carácter autorreflexivo que produjo una vuelta a las raíces amparada en la nostalgia.

La madurez alcanzada había devenido en una complicación estructural que sólo conllevaba la reiteración e hipertrofia del modelo, por lo que una vuelta a la sencillez se antojaba necesaria. Un regreso con el que a su vez proclamar los cánones juveniles que se le suponían a un movimiento que se había hecho adulto mediante la publicación de obras ambiciosas como *Sgt Pepper's* de los Beatles.

Agrupaciones como The Flamin' Groovies, habían anunciado este retorno a partir de 1965, de un modo marginal pero profético.



The Flamin' Groovies

Un fenómeno británico como el pub rock, paralelo a movimientos más mainstream como glam o progresivo, aportó mucho de lo que vendría a ser canonizado en el movimiento punk.

Mediados los 70, artistas icónicos como Bruce Springsteen o Patti Smith alcanzaron la celebridad por medio de lo que Simon Reynolds (crítico musical británico, autor de *Retromanía: La adicción del pop a su propio pasado*) llama una *restauración de los poderes perdidos*.

Reynolds cita un artículo de James Wolcott de 1975 en el que el periodista estadounidense hablaba de un nuevo concepto: el cultivo de parámetros rock basado en los modelos existentes.

"Lo que ha cambiado es la naturaleza del impulso de crear rock. Ya no es un impulso revolucionario (...) sino conservador: continuar la tradición del rock (...) El paisaje ya no es virginal - Elvis, Buddy Holly, Chuck Berry y los Beatles han dejado marcas y huellas - y existe no para ser transformado sino para ser cultivado" (33)

No obstante, el regreso del rock a unos formatos más sencillos no pasó desapercibido para la industria, y así, el llamado *rock distendido* se abrió camino a comienzos de los setenta. Agrupaciones como Lynyrd Skynyrd, Doobie Brothers o los Eagles, ofrecían un patrón no exento de calidad, pero claramente comercial y orientado al éxito, precedente del futuro AOR (rock orientado al público adulto).

La canción *American Pie* de Don McLean, lanzada en 1971, contenía una letra nostálgica que nombraba a héroes caídos de la tradición rock and roll; según Gillet, supuso *"la encarnación perfecta de su nostalgia creciente por la época irremediabilmente perdida"* (34)

En la portada del sencillo el músico posaba con su mano en primer plano, con el pulgar pintado con los colores de la bandera estadounidense.



Don McLean, *American Pie*, 1971

Reynolds se detiene en 1973, momento en el que el punk comenzaba a tomar forma (la edición de *Raw Power* de los Stooges, el debut de los New York Dolls, los primeros conciertos entre Lenny Kaye y Patti Smith o la apertura del club CBGB). Aquel año se produjo un revival nostálgico que volvía a poner en la palestra el rock'n'roll 50s: las películas *American Graffiti* y *That'll be the day*, o los musicales *Grease* o *The Rocky Horror Picture Show*, aireaban aquel mundo mítico a veinte años vista. Hasta John Lennon, que había encabezado la vanguardia rock con The Beatles, se sumaba al carro con la grabación de un disco llamado *Rock'n'roll*, en 1975, en el que repasaba canciones de autores como Chuck Berry.



John Lennon, *Rock and Roll*, 1975

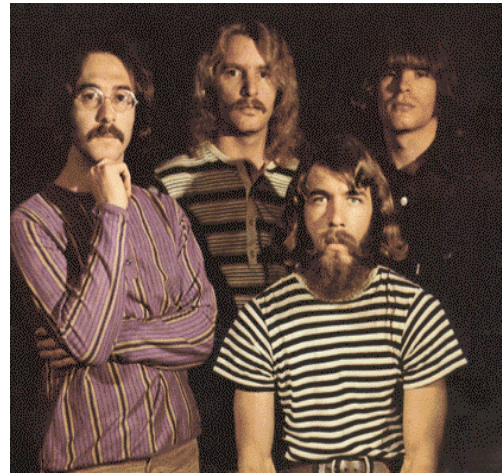
"En los primeros años de la década del setenta la cultura pop estuvo principalmente definida por ese anhelo de retorno a los años cincuenta. La ola de nostalgia se propagó más allá de la música y alcanzó al cine y la televisión." (35)

The Band y Creedence Clearwater Revival fueron bandas ejemplares del revisionismo y carácter autorreflexivo del rock de finales de los 60 y principios de los 70. The Band grabaron su disco *Music from the Big Pink*, que encendió la chispa de la autorreflexión rock. Habían sido el grupo acompañante de Bob Dylan, autor de la pintura que ilustra el disco.

"Contra el culto a la juventud optaron por la continuidad de las generaciones; contra la América instantánea de los años sesenta fueron en busca de las tradiciones que hacían que las cosas fueran no solo posibles, sino valiosas; contra el rechazo de las raíces instalaron un sentimiento de pertenencia a un lugar. Contra la escena del pop, con sus cambios y sus modas, se establecieron ellos mismos: un grupo con años a sus espaldas y con intención de perdurar" (36)



The Band *Music from Big Pink*, 1968



Creedence Clearwater Revival

No eran estadounidenses, sino canadienses: para Simon Reynolds, el apego de The Band a la tradición sureña estadounidense fue un *elemento de artificialidad autoconsciente*, que permitió al grupo conectar con una audiencia receptiva que se *reconectó culturalmente* con la tradición americana.

Por su parte, Creedence Clearwater Revival eran californianos apegados al country la música de raíces americana, que lograron un éxito enorme en las postrimerías del hippismo.

"Vestidos con las mismas camisetas de franela que usaban los obreros y proyectando una anti-imagen de hombres comunes y corrientes" (37)

Pub Rock

La escena pub rock retomó el gusto por la actuación en pequeños espacios, sin abalorios, en claro contraste con los excesos del glam rock y el rock sinfónico de la época. Desnudez a favor de lo básico.

Citando a Dr Feelgood como el conjunto más importante de Pub Rock, Reynolds hace hincapié en lo impactante de la imagen del grupo. Y es que aquí encontramos el aspecto que más nos preocupa: el retorno a las raíces del rock no estuvo exento de una vuelta de tuerca de las características visuales con el fin de descontextualizarse para con lo previo o contemporáneo y generar un lugar propio. "La contundente imagen del grupo, de mods ligeramente envejecidos e intimidantes (cabello corto, pantalones ajustados, zapatos en punta y chaquetas - y en el caso de Lee Brilleaux, el cantante y ejecutante de armónica obsesionado por la ropa, corbata), contrastaba con el hippismo y el glam" (38)



Dr. Feelgood

Nuggets

En 1972, el guitarrista y crítico (y futuro miembro de la banda de Patti Smith) Lenny Kaye, publicó el disco *Nuggets: Original Artifacts from the first Psychedelic Era (1965 - 1968)*. Recordado como uno de los primeros recopilatorios "nostálgicos" de la historia del rock. Rastreado entre bandas de *garage rock* de finales de los 60, Kaye dio el primer paso hacia una *arqueología* musical en el contexto rock. La portada de *Nuggets* presenta una colorista visión que da de la mano formas propias del cómic *underground* con cromatismo psicodélico.



Nuggets: Original Artifacts from the first psychedelic era, 1972

Malcolm McLaren y las sucesivas encarnaciones del 430 de King's Road

La tienda que el futuro manager de los Sex Pistols, Malcolm McLaren y la diseñadora Vivienne Westwood tenían en el 430 de King's Road tuvo diferentes denominaciones en función de la moda a la que sus propietarios decidiesen adaptarse. (Ver más información en Ap. 2-8-2-9).

El revival rock de comienzos de los 70 les hizo llamarla *Let it Rock*. La cultura *Teddy Boy* reivindicaba la moda de los años cincuenta y el buen vestir. McLaren puso la tienda al servicio de este rito en consonancia a su perspicacia comercial, que se unió a su fijación por el rock and roll primitivo:

“atiborró la rocola de viejos singles de siete pulgadas de Eddie Cochran y Billy Fury, y abarrotó la tienda de hallazgos vintage, entre ellos una heladera pintada de rosa y negro e infinidad de posters de James Dean (...)” (39)



Malcolm McLaren, 1972

Reynolds alude al odio que McLaren sentía por la cultura hippie y como ello le hizo decantarse por apoyar el revival *Teddy Boy*, para poco después cansarse del tradicionalismo e inmovilismo de éste. Su búsqueda incesante de la novedad le hizo reorientar el estilo de la tienda, que pasó a denominarse *Too fast to live - Too young to die* (Demasiado rápido para vivir, demasiado joven para morir).

La aproximación artística al marketing y el papel de los mánagers

Según observamos en *Art into Pop*, el primer mánager en aproximarse artísticamente al rock fue Andrew Loog Oldham, a cargo de los Rolling Stones. Para contrarrestar el shock producido por los Beatles, decidió acercarse al mercado desde el reverso. El proceso que Oldham llevó a cabo, comparado con el de Brian Epstein (mánager de los Beatles), resulta muy revelador para comprender que tácticas quedaron establecidas:

"Oldham procedió a acicalar a sus chicos, ponerles trajes apropiados para aparecer en shows adolescentes de la televisión, alimentar la prensa nacional con historias excitantes. En cierto sentido su estrategia solo difirió de la de Epstein por el diferente perfil de mercado necesario - los Beatles habían sido vendidos como buenos chicos, por eso los Stones serían los chicos malos" (40)



Andrew Loog Oldham



The Rolling Stones

Oldham recurrió a David Bailey para hacer las fotos del primer disco de los Rolling Stones, que escondían una evidente similitud con la portada de Robert Freeman para el disco *With the Beatles*, pero generando otras sensaciones con las que redundar en el carácter rebelde y distante, de la nueva banda.

Una vez más, descontextualizaciones con lo establecido. El permanente juego de contrastes que el rock ha empleado desde su origen para distinguirse y crear una sensación de rebeldía con la que atraer posibles consumidores.

El manager que llevó al extremo estos efectos fue Malcolm McLaren, a quién ya hemos estudiado. Julián Hernández recuerda como:

"Su lema, cash from chaos ("forrarse con el caos"), era inapelable." (41)

"Oldham proceeded to groom his boys, put them in suits for the teen TV shows, feed titillating stories to the national press. In some respects his strategy only differed from Epstein's because of the different market profile necessary - the Beatles had been sold as good guys, the Stones would therefore the bad guys" (89)

Citas y Bibliografía

1. *Psicodelia y ready - made*, Diedrich Diederichsen - Pág. 105-106
2. *Glam rock: Sexo, purpurina y lápiz de labios*, Guillén, Sergio / Puente, Andrés - Pág. 9
3. *Economía y Rock - La influencia de las relaciones internacionales y la economía mundial en el rock*, García Lupiola, Asier (director) VV.AA. - Pág. 69
4. *Glam rock: Sexo, purpurina y lápiz de labios*, Guillén, Sergio / Puente, Andrés - Pág.11
5. *Historia del Rock - El sonido de la ciudad (Vol. 1 Desde sus orígenes hasta el soul)*, Gillett, Charlie - Pág. 19
6. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 179
7. *Mystery Train - Imágenes de América en la música rock & roll*, Marcus, Greil - Pág. 22-23
8. *Mystery Train - Imágenes de América en la música rock & roll*, Marcus, Greil - Pág. 22-23
9. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 53
10. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 147-148
11. *El Diseño del Siglo XX*, Tambini, Michael - Pág. 20
12. *Hay vida inteligente en el rock and roll*, Hernández, Julián - Pag. 216-217
13. *England's dreaming - Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon - Pág. 449-450
14. *Alice Cooper - Por un billón de dólares*, Martos, Sergio - Pág. 68
37. *Rastros de carmín - Una historia secreta del siglo XX*, Greil, Marcus - Pág. 59
38. *England's dreaming - Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon - Pág. 76-77
15. *Guía Universal del Rock de 1970 a 1990 - Tendencias, iconos y artistas que dejaron huella*, Bianciotto, Jordi - Página no numerada (Contraportada)
16. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime - Pág. 90
17. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime - Pág. 90
18. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime - Pág. 5
19. *England's dreaming - Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon - Pág.425
20. *Popism - The Warhol '60s, Warhol, Andy & Hackett, Pat* - Pág. 178
21. *England's dreaming - Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon - Pág.215
22. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime - Pág. 165
23. *La Conquista de lo cool - El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno*, Frank, Thomas - Pág. 44
24. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime - Pág. 15
25. *La Conquista de lo cool - El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno*, Frank, Thomas - Pág. 32
26. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime - Pág. 11
27. *Historia del rock y las drogas - La influencia de las drogas en la música popular, desde el jazz hasta el hip - hop*, Shapiro, Harry - Pág. 161
28. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime - Pág. 104
29. *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*, Hughes, Robert - Pág. 374
30. *El gran circo del Rock - Anecdotes, curiosidades y falsos mitos*, Valiño, Xavier - Pág. 95
31. *Limusinas y Estrellas: Medio Siglo de Rock 1954 - 2004*, Méndez, Sabino - Pág. 123
32. *England's dreaming - Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon - Pág.31
33. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon - Pág. 278
34. *Historia del Rock - El sonido de la ciudad (Vol. 2 - Desde los Beatles hasta los años 70)*, Gillett, Charlie - Pág. 189
35. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon - Pág. 298
36. *Mystery Train - Imágenes de América en la música rock & roll*, Marcus, Greil - Pág. 74-75
37. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon - Pág. 302
38. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon - Pág. 271
39. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon - Pág. 267
40. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 101
41. *Hay vida inteligente en el rock and roll*, Hernández, Julian - Pág. 89

3-2 EXTENSIONES RELEVANTES DE LA CULTURA ROCK

En este sub-capítulo atendemos a otros aspectos relativos al rock que consideramos de importancia en nuestro estudio. Como movimiento cultural, el rock contiene diferentes acepciones que de un modo u otro lo hacen adquirir, desarrollar o influenciar determinadas marcas visuales. Asimismo, nos detenemos en señalar los lugares más relevantes dentro del contexto espacio-temporal en el que se focaliza nuestra investigación.

3-2-1 FESTIVALES

Los festivales de rock, fueron consecuencia directa de las manifestaciones hippies conocidas como *Free Fairs*. Jaime Gonzalo recuerda el *Love Pageant Rally* (Cabalgata del Amor, celebrada en octubre de 1966), El *Human Be-In* había allanado el camino a comienzos de 1967, y la industria discográfica vio amplias posibilidades comerciales en extender éstas a un ámbito más general. Según Gonzalo, incluso aquellas primeras muestras de la contracultura estuvieron orquestadas como reclamos:

“Los antepasados del Counterculture Hall of Fame y la Copa Cánabis, esto es el Human Be-In y el verano del amor fueron también subterfugios turísticos, organizados por un consorcio de comerciantes de Haight-Ashbury, cuna de la eclosión contracultural según la leyenda.” (1)



Love Pageant Rally

San Francisco Trips Festival 1966

En Enero de 1966, mucho antes de que el fenómeno hippie conociera su auge y del "Summer of Love", tuvo lugar el "San Francisco Trips Festival", concretamente en el Longshoreman's Hall, donde un conjunto de bandas de rock actuaron, acompañándose de un ambiente repleto de luces y proyecciones.

Supuso la puesta en largo de los *light shows* diseñados por Bill Ham y Elias Romer. Contó con un póster de Bruce Conner, que utilizó un diseño inspirado en el arte óptico. El festival fue filmado por Ben Van Meter (director de cine experimental estadounidense durante los años 60)

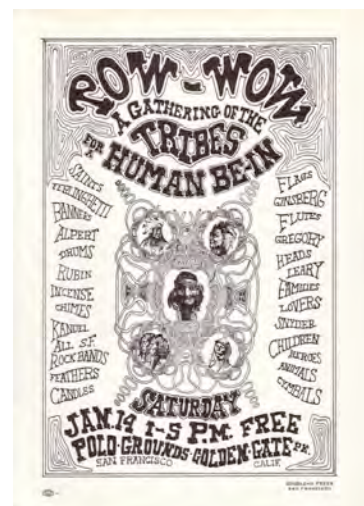


Human Be-In

Fue el evento que inauguró el Summer of Love (aunque su celebración tuvo lugar en enero de 1967) y que, dado su éxito (atrajo a casi 20.000 personas), hizo posar los ojos de la industria en la contracultura.

Su difusión contó con tres pósters diferentes, (El póster principal (el del gurú) del Human Be - In fue secundado por la revista *The Berkeley Barb*, que se unió al entusiasmo general con estas palabras:

"Fue en el Human Be-In que Timothy Leary acuñó su famosa frase, "Sintonízate, Excítate, Abandónate". (...) El ethos de este nuevo movimiento fue un cuestionamiento fundamental de la autoridad, un foco de individualidad, descentralización, preocupación ecológica, y expansión de la consciencia a través de la apertura cultural y el uso de drogas psicodélicas. Estas ideas subyugaron la cultura popular, y el fenómeno de lo 'hippie' brotó con total fuerza en la consciencia popular, transformando a una generación" (2)



Los tres pósters que anunciaron el *Human Be-In* en San Francisco

"It was at the Human Be-In that Timothy Leary coined his famous phrase, "Tune in, Turn on, Drop Out (...). The ethos of this new movement was a fundamental questioning of authority, a focus on individuality, decentralization, ecological awareness, and consciousness expansion through cultural openness and the use of psychedelic drugs. These ideas transfixed mainstream culture, and the phenomenon of the "hippie" burst full force into the public consciousness, transforming a generation" (2)

Monterey

Llegados a 1967 la industria del entretenimiento es plenamente consciente de la posibilidades que le ofrece la contracultura. En Monterey, celebrado en junio de aquel año, se dio el auténtico pistoletazo de salida a la marca *Summer of Love*. El cartel fue diseñado por el artista Tom Wilkes. El rock conoce un antes y un después de la celebración de este festival:

"Monterrey significó – y anticipó – todo lo que de positivo y negativo tiene aún hoy la llamada cultura del rock. La música perdió su inocente papel de mero entretenimiento para convertirse en un arma de protesta y lucha social que los jóvenes aplaudían. Por detrás asomaba la publicidad del montaje (la ABC pagaría 300.000 dólares por los derechos de TV) y el negocio señalando con el dedo a los nuevos talentos" (3)



Tom Wilkes, Cartel del festival de Monterey, 1967

Woodstock

El festival por excelencia. Se mantiene en la memoria colectiva con la frase "Tres días de paz, amor y música", suponiendo el epitafio de la cultura hippie y, en cierto modo, el comienzo de la mercadotecnia rock impulsada durante los 70. Arnold Skolnick diseñó la imagen de la paloma sobre la guitarra (ver abajo)

Según Gillet, Woodstock:

"dominó la música popular estadounidense durante los años setenta, pero aunque en su música se podían rastrear las raíces del blues, filtradas a través de los grupos de rock de finales de los sesenta, habían eliminado los elementos de "espiritualidad" que hicieron potencialmente atractivos a los últimos años sesenta" (4)

Barry Miles (escritor británico y figura central del movimiento hippie, autor de *Hippie*) remarca la mitomanía generada a su alrededor recordando la canción que Joni Mitchell escribió sobre el evento, el libro *Woodstock Nation* de Abbie Hoffman, e incluso cómo Charles Schutz incluyó un personaje en *Snoopy* llamado *Woodstock* (el canario amarillo que acompaña al perrillo blanco).

"Woodstock entró en la cultura popular como una abreviatura de una época, de una actitud, de una generación. Igual que los supervivientes de mayo de 1968 de París se conocen como "los del 68", la juventud estadounidense de finales de los sesenta es la "generación Woodstock" (5)



Póster del festival de Woodstock, 1969

Más festivales destacados:

Newport, Windsor, Reading, Knebworth, Monterrey, Hyde Park, Altamont, Denver Pop Festival, Texas International Pop Festival, Woodstock, Wight, Watkins Glen

3-2-2 Prensa Rock

La prensa especializada en rock se escinde en dos ramificaciones esenciales: revistas especializadas *mainstream*, y *fanzines*. Las primeras, más generalistas, suelen ejercer cómo guías del gusto popular, preservan lo calificado cómo digno de permanecer en el recuerdo y/o ser objeto de veneración y culto, y están emparentadas con la industria discográfica. Entre éstas, dentro de la época que estudiamos, podríamos destacar a *Rolling Stone*, *Circus*, *Rock Scene*, *New Musical Express*, *Melody Maker* y *Creem*.

Rolling Stone, aparecida en noviembre de 1967, en el momento de mayor éxito de la contracultura hippie, es recordada en su origen cómo difusora de las doctrinas y teorías de la época. El primer número de *Rolling Stone* era un fotograma de la película *Cómo gané la guerra*, de Richard Lester, en el que se veía a John Lennon vestido de militar. La alternativa británica la encontramos en *International Times* (en su abreviatura "IT"), aparecida un año antes, en octubre de 1966, en un concierto de Pink Floyd.



Rolling Stone, 1967



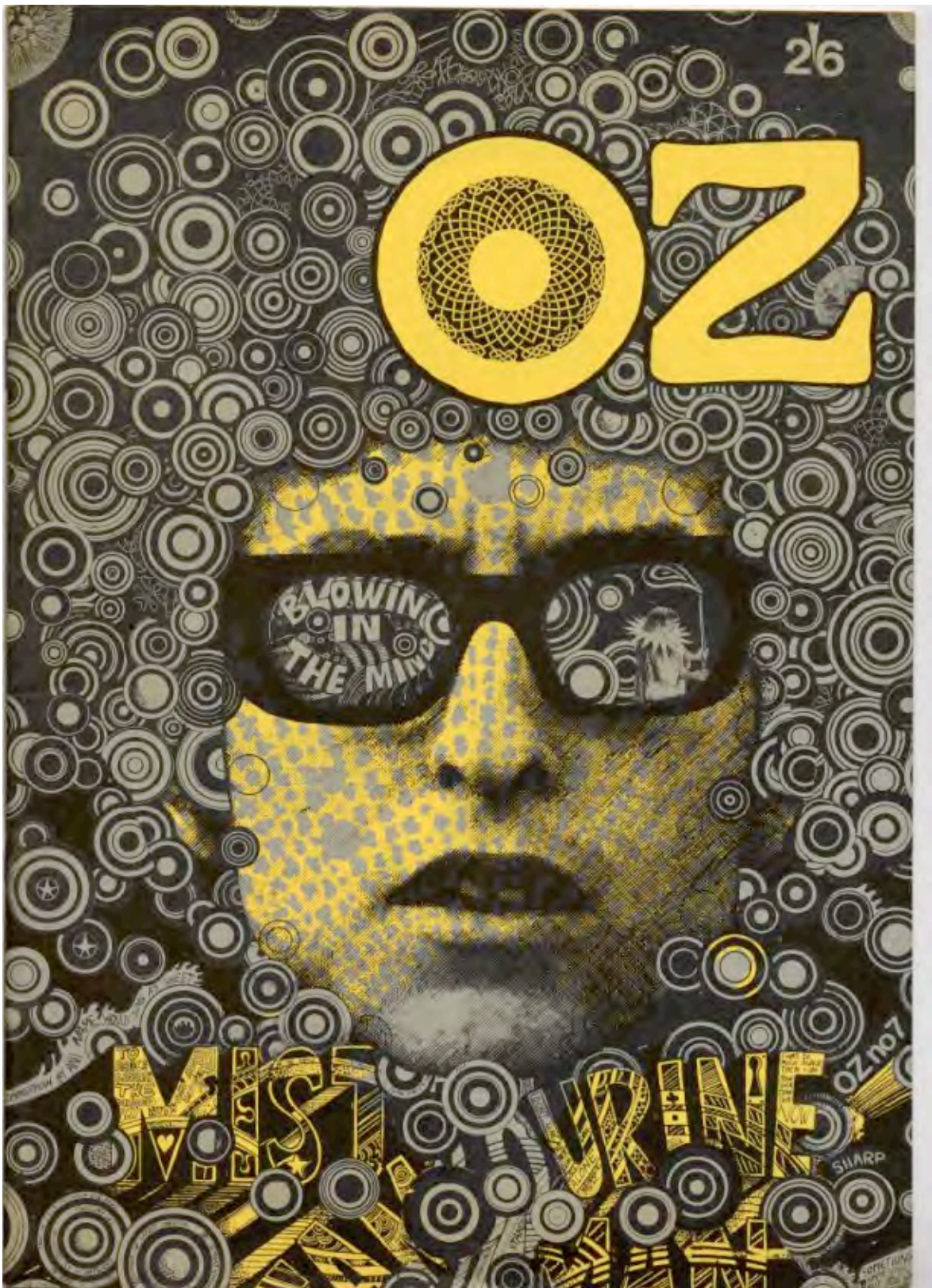
International Times, 1967

Fanzines

Los *fanzines*, fueron (y son) revistas autogestionadas por fans, paradigma de las mecánicas del *Hazlo-tú-mismo* que tan en boga estuvieron durante el punk.

La libertad presupuesta a la clandestinidad y exclusión se reprodujo en la libre inclusión de contenidos, imágenes y por supuesto, vertido ideológico.

La prensa underground sufrió varios ataques por el uso "indebido" de sus libertades. El más famoso fue contra la revista psicodélica *OZ* a la que se acusó de corromper la moral infantil.



Póster *Blowing in the mind*, del fanzine Oz

El *fanzine* punk por excelencia fue *Sniffin' Glue* ("Esnifando Pegamento"), siendo de los primeros que utilizó la estética de notas manuscritas y la mecanografía de titulares, algo que la prensa *mainstream* copió en cuanto el punk comenzó a cosechar éxito masivo.



Sniffin' Glue, 1977

Otros *fanzines*: "London's Outrage", 48 Thrills", "Bondage", "Sideburns", "More - On", "These Things", "London's Burning", Ripped and Torn"

3-2-3 La guitarra cómo ícono

La guitarra eléctrica ha sido el elemento que ha dado sonido, forma e imagen al rock durante toda su historia. El status de *héroe* alcanzado por determinados músicos se debió a su destreza y/o dotes escénicas con el instrumento.

Presente desde los primeros días del rock, pasando por *mods*, *hippies*, *glams* o *punks*, la presencia del instrumento de seis cuerdas ha estado unida de forma intrínseca al rock. En palabras de Gillet:

"la incorporaban tanto en su sonido como en su imagen visual. (...) Keith Richards, de los Rolling Stones, se convirtió en cada vez más agresivo y con su guitarra apunta más como un arma que como un órgano sexual. Y junto con la utilización visual más agresiva de la guitarra, los músicos empezaban a subir el volumen y vieron que esto gustaba al público" (6)



Jimi Hendrix en el festival de Monterey, 1967

Lluís Fernández le otorga un papel como *tótem de modernidad* al que las bandas de los 50 y 60 recurrieron en sus portadas y fotografías promocionales.

Jaime Gonzalo aporta una *nueva tipología de estrella del rock* más contracultural, muy común a finales de los 60, para el que *la guitarra es un simbólico subfusil*.

Jordi Sierra i Fabra otorga a Eric Clapton y Jimi Hendrix la consecución de llevar la guitarra *a lo más alto*, si ésta ya era EL símbolo, la aparición de los dos *guitar heroes* más importantes de los años sesenta, la asentó aún más en el trono de la simbología totémica rock..

Jimi Hendrix alcanzó una dimensión difícilmente igualable, casi propia de un ritual orgiástico, en momentos de auténtico paroxismo como fueron sus conocidas actuaciones en Monterey (donde prendió fuego al instrumento) o Woodstock (en el que se permitió hacer una rendición del himno estadounidense fundiéndolo con acoples y ruidos que retrotraían el sonido de las bombas en Vietnam).

3-2-4 La imaginaria espacial

“Si los light shows y los pósters reflejaron el lado más atávico de la “aldea global” de McLuhan, su espíritu futurístico encontró expresión en un desarrollo más holgadamente definido que devoto por el potencial expansivo de la consciencia de la tecnología. La exploración del espacio, la creciente sofisticación de los ordenadores, los nuevos materiales y procesos que les permitieron la fabricación de artefactos de alta tecnología etéreamente bellos (que asumieron algunos de los atributos de objetos devotos) - todos estos sirvieron para dotar la noción de progreso tecnológico con el aura mágica que había poseído para los artistas antes de la era nuclear, cuando el siglo era más joven y optimista” (7)

Según Philippe Garner (director de la casa de subastas *Christie's* y escritor de *Sixties Design*), la guerra fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética tuvo dos de sus puntos de encuentro más candentes en el espionaje y en la carrera espacial que ambos países tuvieron. En el bloque capitalista, esto se tradujo en una profusión de imaginaria análoga: *“El enfrentamiento entre los dos sistemas políticos quedó plasmado en el programa espacial: la frenética carrera entre las dos superpotencias para liderar la exploración del espacio. (...) Los motivos científicos, asociados con la modernidad aparecían por doquier” (8)*



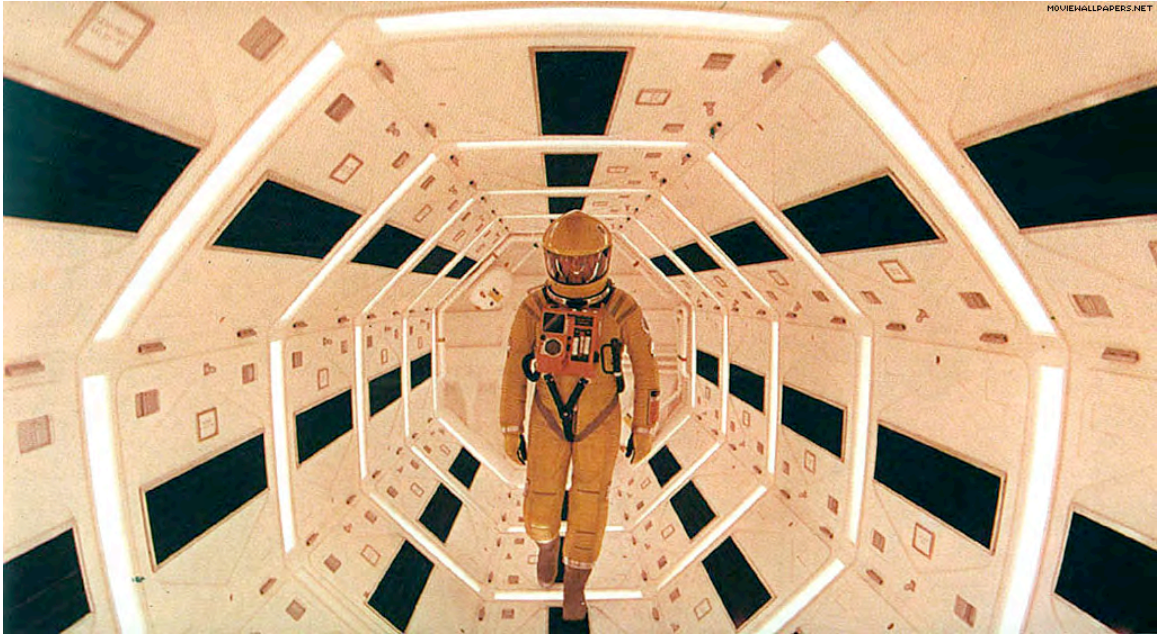
Roger Vadim, *Barbarella*, 1968

La moda fue uno de los campos en los que más se notó este nuevo campo de cultivo para los diseñadores y artistas. Garner opina que esta *iconografía futurista* tuvo diferentes vías de exploración a nivel visual. Predominaron blanco y plata, que se utilizaron profusamente, tanto en diseño de moda, como en mobiliario (destacando la silla *Globe*, de Eero Aarnio) y electrodomésticos.

“If light shows and posters reflected the more atavistic side of McLuhan’s “global village,” its futuristic spirit found expression in a more loosely defined development that devoted itself to the “consciousness-expanding” potential of technology. The exploration of space, the increasing sophistication of electronic computers, the new materials and processes that lent themselves to the fabrication of ethereally beautiful high-tech artifacts (which assumed some of the attributes of devotional objects) - all these served to endow the notion of technological progress with the magical aura it had possessed for artists before the nuclear age, when the century was younger and more optimistic.” (7)

La fotografía tuvo representantes como Richard Avedon, que se recreaba en fondos blancos indeterminados donde suspendía a sus modelos. Simbolismo de la suspensión espacial del hombre en el espacio.

El cine, con dos vertientes diferenciadas: la de películas como *Barbarella*, donde la ciencia ficción se recreaba en lo que Garner llama un *exquisito sinsentido hedonista*, con un erotismo tecnológico propio para la época; y la de *2001: Odisea en el espacio*, más trascendental y profunda, casi *realista* en sus planteamientos científicos, aunque no exenta de dosis oníricas como el viaje *psicodélico* del protagonista.



Stanley Kubrick, *2001: Odisea en el espacio*, 1968

La música electrónica conoció un tiempo de esplendor en los cincuenta y en los sesenta. Se sintió en los títulos de las canciones: *Song of the second moon* (de Tom Dissevelt y Kid Baltan), o *Fantasy in Orbit* (de Dissevelt), o la famosa *Telstar*, de los Tornados, (cuyo título hacía referencia a un satélite lanzado en 1962)



The Tornadoes, *Telstar*, 1962

La dosis de idealismo que generó la carrera espacial alcanzó su cima cuando en julio de 1969 se produjo el primer alunizaje. Garner establece un paralelo entre este hecho y la celebración del festival de Woodstock, que supuso también el momento más álgido del hippismo.

Aunque la carrera espacial siguió produciendo hitos durante los setenta como el envío de las sondas *Voyager*, su repercusión se vio mermada. No obstante, la herencia de la fascinación por el espacio permaneció: el rock *cósmico*, con representantes como Tangerine Dream, se especializó en la composición y plasmación de unas marcas visuales afines. Algunas bandas como Earth, Wind & Wire, la Electric Light Orchestra o el grupo de George Clinton llegaron a emplear maquetas de naves espaciales en escena.



Electric Light Orchestra durante un concierto en los 70

3-2-5 La imagería nazi en el rock

"En la escuela te dan un cuaderno con anillas, y lo primero que dibujas en él es una esvástica y la bandera pirata con la calavera - dijo Johansen en 1973 -. Grabas con un cuchillo una cruz gamada en un pupitre. No sabes nada del fascismo, no tiene nada que ver con estar contra los judíos. A los chicos les importa una mierda todo eso. Cuando quieres dejar claro lo MALO que eres, esta es la forma de hacerlo." (9)

La provocación de la que han hecho gala ciertos sectores del rock ha dejado un reguero de alusiones al nazismo. Siendo éste objeto de fascinación para algunos y mero divertimento para otros. Jordi Bianciotto habla de una serie de *valores regresivos: prepotencia, clasicismo y sexismo*.

Keith Moon de The Who es recordado por su *"extraordinario sentido lúdico de la vida"* (26) y sus inclinaciones a lo estrafalario:

"siempre fueron famosas sus extravagancias disfrazándose de Hitler y paseando en su descapotable con el uniforme nazi delante de una sinagoga, pero no era ni racista ni antisemita en absoluto. Únicamente le divertía sobremanera crear un gran escándalo, que todo el mundo se riera." (10)



Keith Moon, disfrazado de Hitler

Ron Asheton, de los Stooges, se hizo con una chaqueta de las SS a comienzos de los setenta. El músico rememora su fascinación y gusto por la estética nazi:
"No tenía demasiados amigos. Me molaba el rollo nazi. Iba a clase de alemán y ensayaba discursos de Hitler. Llevaba insignias de las SS a la escuela, dibujaba esvásticas en los libros, pintaba bigotes a lo Hitler en las fotos de la gente." (11)



photo: Robert Matheu
Ron Asheton

David Bowie, más inclinado a una extravagancia con la que ser el foco de atención, llegó a afirmar en 1976: *"Creo que yo mismo habría podido ser un Hitler cojonudo"* (12)

Durante los últimos años de la década de los setenta, en su conocida etapa "berlinesa", consiguió aparecer en las portadas de los tabloides ingleses al emplear el saludo fascista en la estación Victoria de Londres.



David Bowie en la estación Victoria

Kiss han sido vinculados erróneamente con el nazismo por las SS de su logo, que recuerdan mucho a las de grupo militar nazi.

Bianciotto recalca la utilización de tabúes sociales como la *última frontera* a la manera de "canibalismo de tendencias ideológicas "incorrectas" (13), y los consecuentes efectos de perturbación y molestia en el ámbito social establecido.



Logo de Kiss, 1973

La recuperación de la esvástica y otros símbolos nazis en el punk

El culto a la violencia del Punk, acompañado de las dosis de provocación de una generación que había nacido más de diez años después del final de la II Guerra Mundial, causó la adopción de ciertos aspectos de la estética nazi. Este uso provino de la fascinación y curiosidad por lo prohibido, empleando el poder hipnótico y manipulador de un lenguaje visual que reclamó la atención de unos jóvenes a los que se había infundido terror y respeto por ello; generando de este modo una mayor atracción.

Especialmente recurrente fue el caso de la esvástica, que se convirtió en uno de los emblemas del movimiento. Reverso oscuro del símbolo pacifista hippie.

Según Greil Marcus:

"Significaba, contradiciendo los libros de historia, que el fascismo había ganado la Segunda Guerra Mundial, que la Inglaterra contemporánea era una parodia del fascismo en forma del Estado del bienestar en el que la gente no tenía libertad para vivir sus propias vidas, y donde, peor aún, no existía el deseo. Y significaba que la negación es el entreacto que hará evidente para todo el mundo que el mundo no es lo que parece; sin embargo, sólo cuando ese acto es implícitamente completo deja abierta la posibilidad de que el mundo pueda no ser nada, de que el nihilismo y la creación puedan ocupar ese terreno súbitamente desbrozado" (14)



Chaqueta de un punk británico a finales de los 70 con la bandera británica al lado de una esvástica

Malcolm McLaren, ideólogo y manager de los Sex Pistols, alude a la atracción por las esvásticas y sus cualidades artísticas, así como a un empeño por la comprensión del mal y un gusto por la provocación.

Antes de formar los Sex Pistols, Malcolm McLaren y Vivienne Westwood recurrieron a la simbología nazi para sus diseños. Ambos fueron hábiles expertos en artes provocativas y supieron ver el potencial comercial de éstas, llegando a usar un tema tan delicado y polémico como el bombardeo de Dresde como motivo para la decoración de Seditonaries (una de las múltiples encarnaciones que tuvo su tienda en el 430 de King's Road).

"A Malcolm le fascinaba su simbolismo - cuenta Jordan -. No solo el de la esvástica, sino también muchos otros artefactos de aquella época. Las insignias de las Juventudes Hitlerianas, por ejemplo, que eran extremadamente difíciles de conseguir. Malcolm tenía un montón de anillos, incluyendo anillos de boda de las SS, hechos de oro y que no estaban en venta porque eran originales" (15)

El empleo tergiversado de un emblema tabú en Gran Bretaña recordó las pesadillas de una hipotética victoria alemana y las consecuencias que hubiera tenido en la nación.



Sid Vicious

Legs McNeil (cofundador de la revista *Punk* y autor de *Por favor, mátame: La historia oral del punk*) recuerda como los Dead Boys regalaron a los fundadores del magazine *Punk* unas medallas nazis. Según éste, *para hacernos Dead Boys honorarios* (35)

McNeil recuerda que Arturo Vega, diseñador de los Ramones “*se dedicaba a pintar esvásticas fluorescentes*” (36) e incide en un aspecto de los años setenta ante el que el punk se opuso: el carácter agradable:

“Tenías que ser agradable. No es casualidad que las caras sonrientes se convirtieran en el símbolo de los setenta. Cuando los Ramones cantaban que eran nazis, en realidad estaban diciendo, “Nos negamos a ser agradables” (16)

Según Arturo Vega:

“Son fosforescentes, bellísimas. Se han exhibido muy poco. La gente las teme, no las entiende. Creo que el bien no existe hasta que nos enfrentamos al mal y lo derrotamos. Y la mejor manera de derrotar al mal es haciéndole el amor, convirtiéndolo en algo hermoso” (17)



Arturo Vega

En este punto recalcamos una de las diferencias claves del punk respecto al hippismo. Ambos movimientos recurrieron a un uso simbólico múltiple, llamativo, colorista. La Psicodelia, enlazada con la *Tradición Visionaria* de Simbolismos y Surrealismos, estaba exenta de la ironía que la *Tradición Ilegítima*, emparentada con Dadaísmo, tomó como recurso prioritario. Este cariz sarcástico es recordado por Mary Harron (escritora y directora de cine canadiense, autora de *Yo disparé a Andy Warhol*) comentando como en Inglaterra el Punk fue tomado por un movimiento racista y filonazi en sus comienzos. La desacostumbrada audiencia fue incapaz de captar la mordacidad punk.

"Hoy en día es cosa sabida que los símbolos se utilizan irónicamente. Pero en la época hippie, no existía esta ironía. Si tenías el pelo largo y llevabas determinada ropa, eras un pacifista. Si llevabas esvásticas, eras un nazi.

Y de repente, sin previo aviso, aparece un movimiento en que la gente lleva esvásticas como disfraz y como agresión. Se trata de algo diferente, de una táctica de shock."
(18)

La intentona no pasaba por ser más que una ridiculización y sorna de los fantasmas británicos. Lo que Savage denominó *la erosión del significado mismo*. Un viraje que trivializaba lo que antaño fue poco menos que un símbolo del terror, basado en un mecanismo lúdico incitante para con una sociedad a la que le costó captar la indirecta.



Joven punk sueca con una esvástica pintada en su rostro, Mayo de 1977

3-2-6 El factor espiritual

"La búsqueda de los hippies por la iluminación y una vida alternativa había conducido del LSD a la meditación ofrecida por filosofías orientales" (19)

La Psicodelia abrió las puertas de lo visionario en el rock: el escapismo y la evasión se encontraron con la herencia beatnik hacia cultos orientales y el budismo zen, y la elección de unas vías con las que alejarse del materialismo existente. La espiritualidad fue escogida como un modo de alcanzar nuevos conocimientos y expansiones, sin las consecuencias acarreadas por el consumo de drogas.

Las relaciones que los Beatles mantuvieron con músicos hindúes como Ravi Shankar, o con el gurú Maharishi Yogi fueron algunas de las primeras tomas de contacto, que pronto se convirtieron en habituales.

La dirección de Carlos Santana, influenciado por el guitarrista de la Mahavishnu Orchestra John McLaughlin, hacia lo místico; o la conexión entre Pete Townshend de The Who y Meher Baba, son solo otros dos ejemplos de un nuevo culto dentro del rock. Syd Barrett, de Pink Floyd, se sintió atraído por el *I Ching*, también conocido como *Libro del Cambio*.

"era visto como un texto bastante subversivo porque, en resumidas cuentas, te ofrecía opciones en lugar de dogmas. Te configuraba como un ser activo al aceptar el consejo que buscabas, en vez de dártelo todo mascado como a un consumidor pasivo. Después de todo, lanzar las monedas ya es una acción, y luego conectas eso con el texto." (20)



The Beatles y Maharishi Yogi

Barry Miles anota que el Mahareshi Yogi, gurú de Harrison, no era demasiado valorado en la India, ya que estaba muy vinculado a la derecha en su país, y cobraba por las sesiones espirituales (cuando generalmente éstas eran gratuitas). El escritor inglés alude también a que fue el interés de los Beatles el que abrió la puerta al resto de la escena pop.

"El Maharishi prometía consciencia cósmica, un estado de conciencia y creatividad agudizado sin drogas. Pronto los Beatles, Donovan y otros exitosos músicos de cabello largo se encontraban practicando la marca especial de yoga del Maharishi conocida como "Meditación Trascendental", o simplemente MT.

(...) Siete meses después, los greñudos y el Marharishi tuvieron un desacuerdo, sin embargo, el sonriente gurú ya formaba parte de la escena hippie y allanaba el camino para una avalancha de místicos asiáticos, swamis y chamanes" (21)

La producción visual de la que el rock hizo uso desde mediados - finales de los sesenta encontró en la raigambre oriental un poso icónico de suma importancia. Éste se fusionó con otras influencias en el despliegue múltiple que fueron los pósters psicodélicos o las portadas de algunos discos, cómo el *Their Satanic Majesties Request* de Rolling Stones.



The Rolling Stones, *Their Satanic...*, 1967

3-2-7 La influencia situacionista

“El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (22)

La Internacional Situacionista nació en 1957 cómo escisión de la Internacional Letrista (movimiento poético fundado a mediados de los años 40 que defendía una poesía basada en sonoridad) a la que acusaban de ineficiente. Formada por artistas e intelectuales, perseguía dar un vuelco al sistema capitalista. Jaime Gonzalo traza un retrato que la conecta con el movimiento dadaísta.

Nos hemos interesado por su estudio gracias al *detournement*, procedimiento originado en el letrismo. Renovación del *ready-made* dadaísta y de las descontextualizaciones del Surrealismo: un mecanismo por el cual se altera el significado de un objeto del sistema para emplearlo críticamente contra éste.

Guy Debord, autor de *La sociedad del espectáculo*, el texto más importante del Situacionismo, demandaba un arte más activo, no meramente representativo de acciones ya ocurridas.

“El détournement es el lenguaje fluido de la anti-ideología. Aparece en la comunicación que sabe que no puede pretender poseer ninguna garantía en sí misma ni definitivamente. Es, en el grado más alto, el lenguaje que ninguna referencia antigua ni suprahistórica puede confirmar. Es, por el contrario, su propia coherencia,

en sí misma y con los hechos practicables, lo que puede confirmar el antiguo centro de la verdad que éste devuelve. El détournement no ha fundado su causa en nada exterior a su propia verdad como crítica presente” (23)

Con el término *espectáculo*, Debord definía la sociedad capitalista en su punto más desarrollado, basado en lo que Gonzalo denomina “*la producción de mercancía y su fetichización*” (24)

El funcionamiento de la *sociedad espectacular* se ampara en la proyección de una realidad ficticia y falsa que los individuos creen vivir, pero que meramente contemplan de manera inerte. Según Robert Hughes:

“La tendencia de la sociedad a la espectacularización (...) se ha desarrollado en una inclinación hacia la ficción integral, que ha puesto en compromiso la distinción entre real y ficticio. Como consecuencia de la falta de distinción entre realidad y ficción, la sociedad se ha hecho abstracta: muchas imágenes verdaderas aparecen como falsas; en cambio otras, que en realidad han sido preparadas, aparecen como auténticas” (25)

Tal y cómo cita Jon Savage, en *La sociedad del espectáculo* nos encontramos con una de las claves para entender porqué cultura y contracultura se convierten en moneda de cambio.

“La cultura integralmente convertida en mercancía debe también pasar a ser la mercancía vedette de la sociedad espectacular. En la segunda mitad de este siglo, la cultura desempeñará el papel principal en el desarrollo de la economía, el mismo papel que tuvo el automóvil en la primera mitad, o el ferrocarril en la segunda mitad del siglo anterior” (26)



Guy Debord en 1952

De acuerdo a esta tesis de Debord, podemos comprender la mercantilización total que se hace de factores y bienes culturales. El rock, entendiéndolo como movimiento cultural productor de objetos *mainstream* así como contraculturales, se ve sujeto al manejo *espectacular*. Algo que nos ayuda a entender la absorción de las novedades contrarias a lo establecido cómo fueron Psicodelia o Punk, dentro de lo genérico.

De los grupos revolucionarios surgidos al amparo de la contracultura algunos como Weathermen en Estados Unidos, Angry Brigade en Gran Bretaña o Baader Meinhof en Alemania se adscribieron a la lucha armada, lo cual jugó en contra de la propia contracultura al ilegítimizar su causa.

King Mob, se situaban entre éstos y la admiración por la cultura pop, y aunque nunca alcanzaron una fama destacable, su papel de intermediarios que intentaban hermanar mecanismos contraculturales y sistémicos así como sus referentes, los posiciona cómo *protopunks*. Según Savage:

“King Mob, a la búsqueda de metáforas utópicas, glorificaba tanto la violencia revolucionaria como la cultura pop. Presentaron como modelo a Valerie Solanas, autora del panfleto prefeminista SCUM manifesto, que pasó de la teoría a la práctica al disparar contra Andy Warhol en 1968. La portada del King Mob Echo muestra un dibujo inspirado en los Motherfuckers: saliendo del marco hay un personaje con barba, y un bocadillo que dice: “Reich, Jerónimo, Dadá: revolucionarios con un mensaje para Inglaterra”. En medio de un revoltijo de pistolas, se lee la frase: “Buscamos gente con ganas de desenfundar” (N. del T. en inglés, “draw” significa tanto “dibujar” como “desenfundar”) (27)



King Mob, 1969

Flower Power?



On May 30th the police assaulted a group of 300 people in Tompkins Sq. Park. Was this only the beginning?

Two days earlier tanks passed through the lower east-side. Vietnam, Santo Domingo, Harlem, Watts.... Their struggle is our struggle.

"FLOWER POWER WON'T STOP FASCIST POWER"

Black Mask

King Mob, 1969

3-2-8 Cine y Rock

"En el tránsito del siglo XIX al XX, el cine actúo como catalizador de una nueva cultura de masas, del mismo modo que el rock fue la respuesta de nuevas generaciones de jóvenes que renegaban de la cultura de sus padres en un momento de desarrollo económico y de superación de los conflictos globales (tras el final de la Segunda Guerra Mundial). Al dirigirse a nuevos públicos, los cineastas y rockeros eran considerados, al principio, como apestados sociales, artistas que se limitaban (como si esto fuera poco) a entretener a las masas. (...)

Todas estas similitudes, y muchas más, explican que el cine se haya interesado por aquel movimiento primigenio de rebeldía, al tiempo que el rock viene usando desde sus orígenes estrategias comerciales y de identificación tomadas de la consideración del cine como espectáculo de masas. Y lejos de ser un mero entretenimiento, tanto el rock como el cine explican nuestra sociedad, establecen un diálogo político constante con el público y oscilan sin cesar entre la aceptación de las reglas del juego (y del mercado) y su afán de transgresión." (28)

Primeros encuentros: Rebeldía urbanita

La primera apreciación que el cine hizo del rock estuvo emparentada con el espíritu rebelde en boga en la juventud de los 50. Películas como "Salvaje" de László Benedek, a la que ya aludimos, con Marlon Brando cómo protagonista; o "Rebelde sin causa" de Nicholas Ray, con James Dean al frente. Puesta en largo del joven apuesto, enfrentado al tradicionalismo paterno y volcado en la velocidad y el desenfreno. El *punk*.

"En los años cincuenta, punk se utilizaba como una descripción despectiva hacia los adolescentes urbanos, que definía a un semimaleante mal educado" (29)

Concretamente "Salvaje", influyó decisivamente a la tribu "rocker" británica y su identificación con el cuero negro y las motocicletas.

"en la película (casi contemporánea de la primera grabación de Elvis) los protagonistas no escuchan rock and roll sino una especie de jazz hot bastante más antiguo (...) Eso significa que las intenciones rebeldes que nacían ya eran evidentes pero aún no habían encontrado su forma" (30)



Marlon Brando en "Salvaje", 1953

La primera película que recurrió a una canción rock fue *The Blackboard Jungle*, de Richard Brooks. En ella, el tema de Bill Haley *Rock around the clock* fue usado como banda sonora.

“La impresión que causó la mezcla sonora y visual fue enorme. El cine – sin lugar a dudas el arte más feroz del siglo XX – consiguió que esa música se hiciera instantáneamente identificativa y famosa. Lógicamente, la palabra con la que se la designaba empezó a circular con una popularidad enorme. Era el tema candente, la polémica que encandilaba a los boquiabiertos” (31)



Richard Brooks, *Blackboard Jungle*, 1955

Otra película ampliamente influyente fue *West Side Story*, (1961, dirigida por Robert Wise y Jerome Robbins) que ayudó a establecer las bases de la juventud de la época, al tiempo que sirvió de "puente" entre los 50 y los 60.

“jóvenes, rebeldía, amor, racismo, bandas callejeras, familias desestructuradas, soledad juvenil, baile y música, libertad. Las pautas sobre las que se movía el nuevo mundo surgido tras la aparición del rock and roll” (32)



Robert Wise, Jerome Robbins, *West side story*, 1961

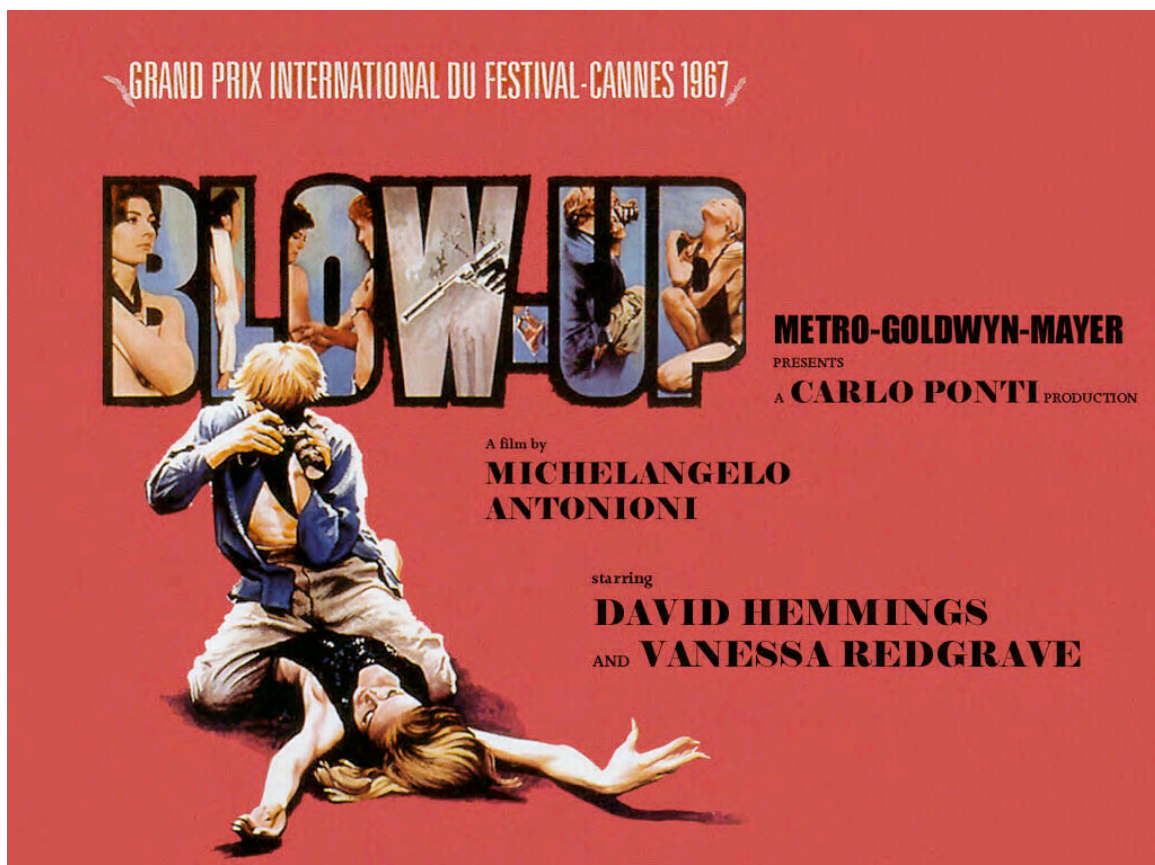
La psicodelia en el cine

Barry Miles sostiene como el *underground* causó un efecto inmediato en la industria cinematográfica estadounidense. Apuntando a las películas de Robert Cohen *Mondo* ("*Mondo Hollywood*", "*Mondo Mod*", "*Mondo Teen*" y "*Mondo Daytona*"), o muy especialmente *El Viaje* de Jack Nicholson, que describe cómo: "una sesión de LSD vista a través de los ojos de un publicista con Peter Fonda y Dennis Hopper, que contó con unos espectaculares efectos especiales alucinógenos de la mano de Peter Gardener" (33)

Nicholson también participó en *Psych Out*, de Richard Rush, en la que hacía de habitante del Haight-Ashbury de San Francisco. La película *Chappaqua* de Conrad Rooks se convirtió en un clásico del cine underground de los 60, relatando las vivencias de los habitantes de una cabaña y su relación con las drogas. Contó con la participación de lo más granado del *underground*: el poeta y activista Allen Ginsberg, o el maestro del shitar Ravi Shankar se cuentan entre sus participantes.

Otros ejemplos fueron *Hallucination Generation*, de Edward A. Mann, rodada en Ibiza, que describió la experiencia psicodélica con LSD mediante secuencias en colores saturados; y *More* de Barbet Schroeder, también rodada en Ibiza y con banda sonora de Pink Floyd. La película-documental *Tonite let's all make love in London*, de Peter Whitehead, mostraba la vida durante el período del *Swingin' London*, e incluyó también canciones de Pink Floyd.

"Tuve una aventura con Jenny Spires, que entonces era la novia de Syd. Fue ella quien me lo presentó, en Londres, mientras yo estaba haciendo *Tonite...* Fue Jenny la que insistió diciendo "tu película es un poco rara... deberías escuchar esta música", así que fui al UFO y les vi tocar. Fue en ese instante cuando decidí usar la música de Pink Floyd para *Tonite...*" (34)



Michelangelo Antonioni, *Blow Up*, 1966

La película *Blow Up*, de Michelangelo Antonioni describió la vida durante el Londres de mediados-finales de los sesenta fue. El director italiano estaba decidido a plasmar la atmósfera desenfadada de la ciudad en una película e intentó reclutar a The Who como protagonistas de una secuencia en la que una banda actuaba en un club. Cómo éstos no pudieron actuar, contrató a The Yardbirds, que se vieron obligados a fingir la actitud autodestructiva de los Who.

"por aquello de la fascinación de Antonioni con la destrucción de guitarras de Townshend, Jeff Beck acaba destrozando la suya. Fijándonos un poco en esta actuación se ve claramente que el vestuario y peinados de los Yardbirds desentonan con el resto de personajes del film, que estaba ambientado en pleno "Swinging London" a fines del 65 y que se rodó un año más tarde (se estrenó en marzo del 67), los Yardbirds dan una imagen claramente underground" (35)

Antonioni también dirigió *Zabriskie Point*, en 1970, en la que el director italiano se detuvo en la juventud contracultural. *Performance*, fue una película experimental dirigida por Donald Cammell y Nicolas Roeg, en la que participó Mick Jagger. *One plus One*, de Godard, quién grabó a los Rolling Stones ensayando *Sympathy for the devil* al tiempo que se detenía en el fenómeno de los Panteras Negras.

La moda psicodélica alcanzó incluso a los productos más comerciales, como la banda The Monkees. Miles trae al recuerdo su película *Head*: *"fantasía surrealista dirigida por Bob Rafelson y Jack Nicholson, con apariciones de Sonny Liston y Frank Zappa como figurantes"* (36)

La película más imaginativa y rebotante de iconografía psicodélica fue *Yellow Submarine*, de los Beatles, que contó con un notable trabajo de animación a cargo de Heinz Edlmann.



Nicolas Roeg, Donald Cammell, *Performance*, 1968

El cine underground pasa a primer plano

“Los guapos de Hollywood se inclinaban por el estilo psicodélico, para después extender esas ideas entre el público con películas como El viaje o Easy Rider” (37)

La popularidad del *underground* provocó que los mecanismos y obras minoritarias pasaran a un primer plano, provocando el recelo de las minorías. Warhol comenta como al ver por primera vez *Hair* o *Cowboy de medianoche* tuvo la sensación de que mucha gente se estaba haciendo rica y popular a costa de saquear la contracultura.

Este hecho se constata en palabras de Barry Miles, afirmando que el documental *Woodstock*, sobre el festival del mismo nombre, tomó prestado el recurso de la pantalla dividida en varias de las tomas de la película *Chelsea Girls* de Warhol.

“recreaba el festival, un retrato exageradamente largo pero preciso del mar de barro, las guitarras desafinadas y la sorprendente sensación de comunidad que se respiraba entre el público” (38)



Andy Warhol, *Chelsea Girls*, 1966

La relación entre cine y rock se hizo cada vez más frecuente, y en los momentos álgidos de este vínculo casi todos los grupos más populares protagonizaron o prestaron banda sonora a una película. Algunos músicos incluso se reciclaron en actores, como Mick Jagger en la película "That'll be the day", dirigida por Claude

Watham. Las imágenes surrealistas estaban a la orden del día en el período psicodélico. El largometraje - documental que Ringo Starr hizo sobre Marc Bolan en 1972 seguiría esta tendencia.

The Rocky Horror Picture Show, (que primeramente fue un musical), fue la película que puso al glam en el cine. Dirigida por Richard O'Brien:

"La película en sí representa una celebración por todo lo alto de lo que fue el glam rock, musical trepidante con fantásticos toques de comedia que pretende tributar a las cintas clásicas de cine de ciencia - ficción y terror" (39)

Algunas otras películas destacadas en los 70 fueron:

- *"The man who fell to Earth"*, de 1976, en la que participó David Bowie
- Película de Robert Frank sobre la gira de los Rolling Stones en 1972
- *"Rainbow Bridge"* de Chuck Wein
- *"Tow Lane Blacktop"*, de Monte Hellman, grabada en 1971, y en la que participa James Taylor
- *"Vanishing Point"* de Richard Sarafian. Road movie en la que participan Delaney & Boonie



Jim Sharman, *The Rocky Horror Picture Show*, 1975

Easy Rider

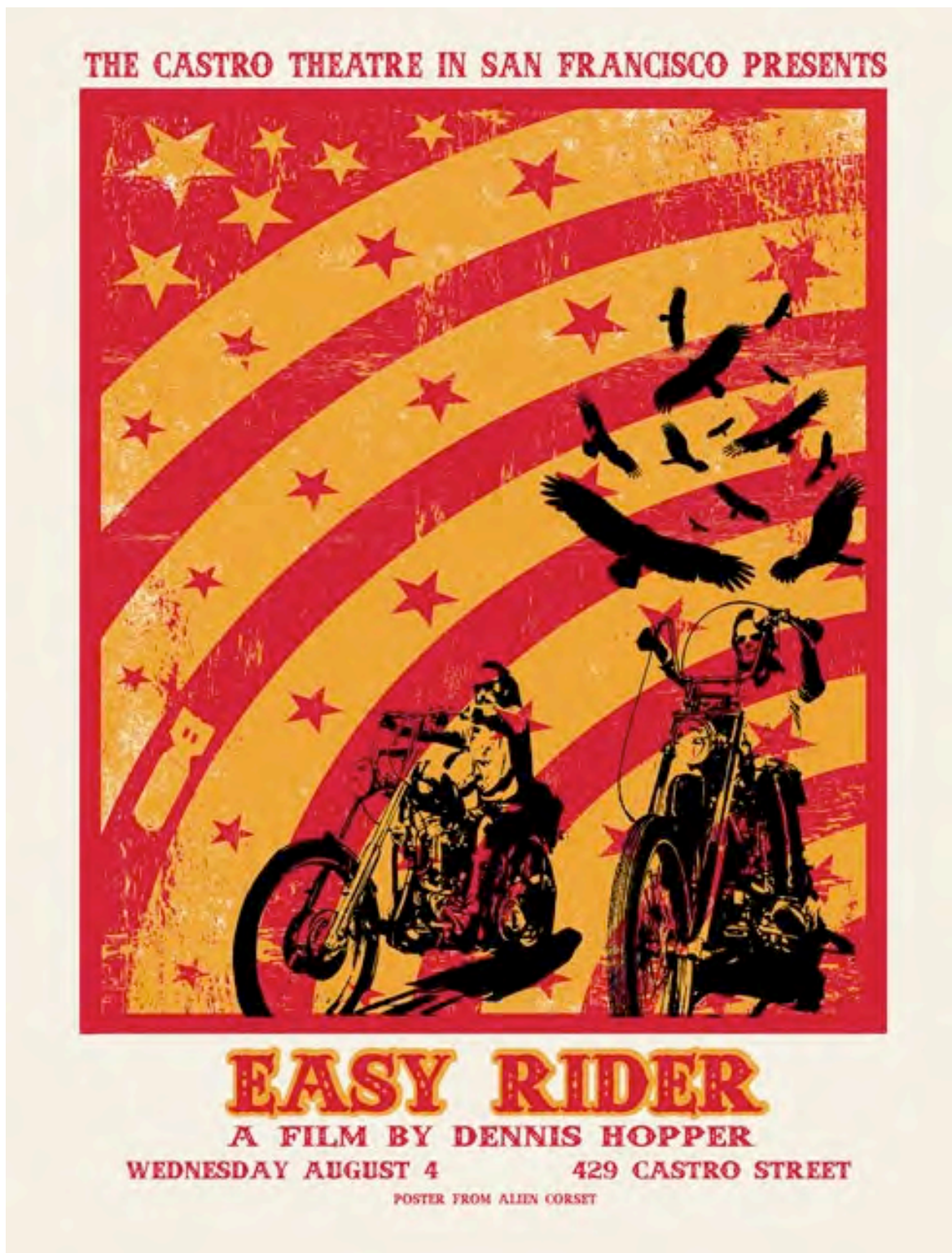
La película que mejor ejemplifica el encuentro entre rock y cine fue "Easy Rider", protagonizada por Dennis Hopper (qué también la dirigió), Jack Nicholson y Peter Fonda. El guión no era excesivamente trascendente: contaba las andanzas de dos moteros enfrentados al desapego de los sectores más tradicionales de la sociedad, hasta el punto de ser asesinados al término del film.

Charlie Gillet la emparenta con *Blackboard Jungle*, como un nuevo símbolo para la juventud, un *nuevo abismo generacional*. Para Warhol, el filme supuso una muestra del aperturismo de Hollywood y su visión dirigida hacia la contracultura.

Por su parte, Ken Johnson (crítico de arte y autor de *Are you experienced: How psychedelic consciousness transformed modern art*), la considera lado oscuro del sueño de la contracultura.

"una expresión de ansiedad, bien fundada, cómo resultó, de qué la euforia hippie-psicodélica sería conenada a chocar contra las más poderosas fuerzas del conservadurismo americano" (40)

Johnson cita además un paralelismo con *Yellow Submarine*, en tanto que esta última también presentaba un enfrentamiento entre dos posturas representadas mediante los *Blue Meanies* (malvados azules) y los ciudadanos de *Pepperland*.

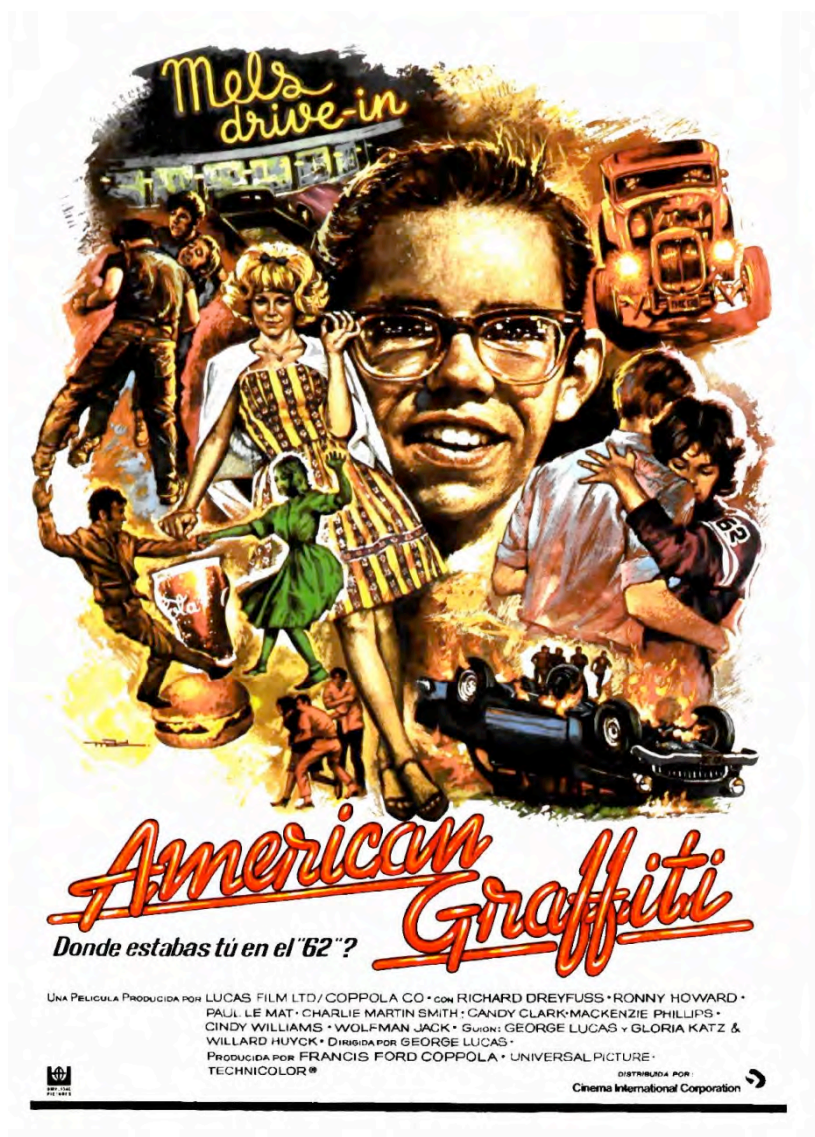


Dennis Hopper, *Easy Rider*, 1969

"an expression of anxiety, well founded, as it turned out, that the psychedelic-hippie euphoria would be doomed to crash against far more powerful forces of American conservatism." (41)

American Graffiti y el Revival 50s en el cine

Cómo ya hemos comentado en más ocasiones, la ola de nostalgia que invadió al rock desde 1968 provocó una revisión de sus planteamientos y orígenes. Los años cincuenta eran reivindicados mediante una visión romántica y el cine recurrió a ésta para crear una serie de películas y series en torno a esta nueva mitomanía. El largometraje de George Lucas *American Graffiti* fue la punta de lanza de esta nueva moda. Contando con más de treinta éxitos de rock primitivo como banda sonora. Aunque la película se ambientaba en 1962, ilustraba las postrimerías de los primeros años de desarrollo del rock en un contexto propio de los cincuenta donde no faltaba hasta la decoración *Googie* (también conocida como *Populuxe*), una tipología del diseño de los años 50 con un toque futurista. "captura el dorado ocaso de los años cincuenta justo antes de que los sesenta - con sus grandes esperanzas y su estrepitosa desilusión - irrumpen a toda máquina en 1963" (42)



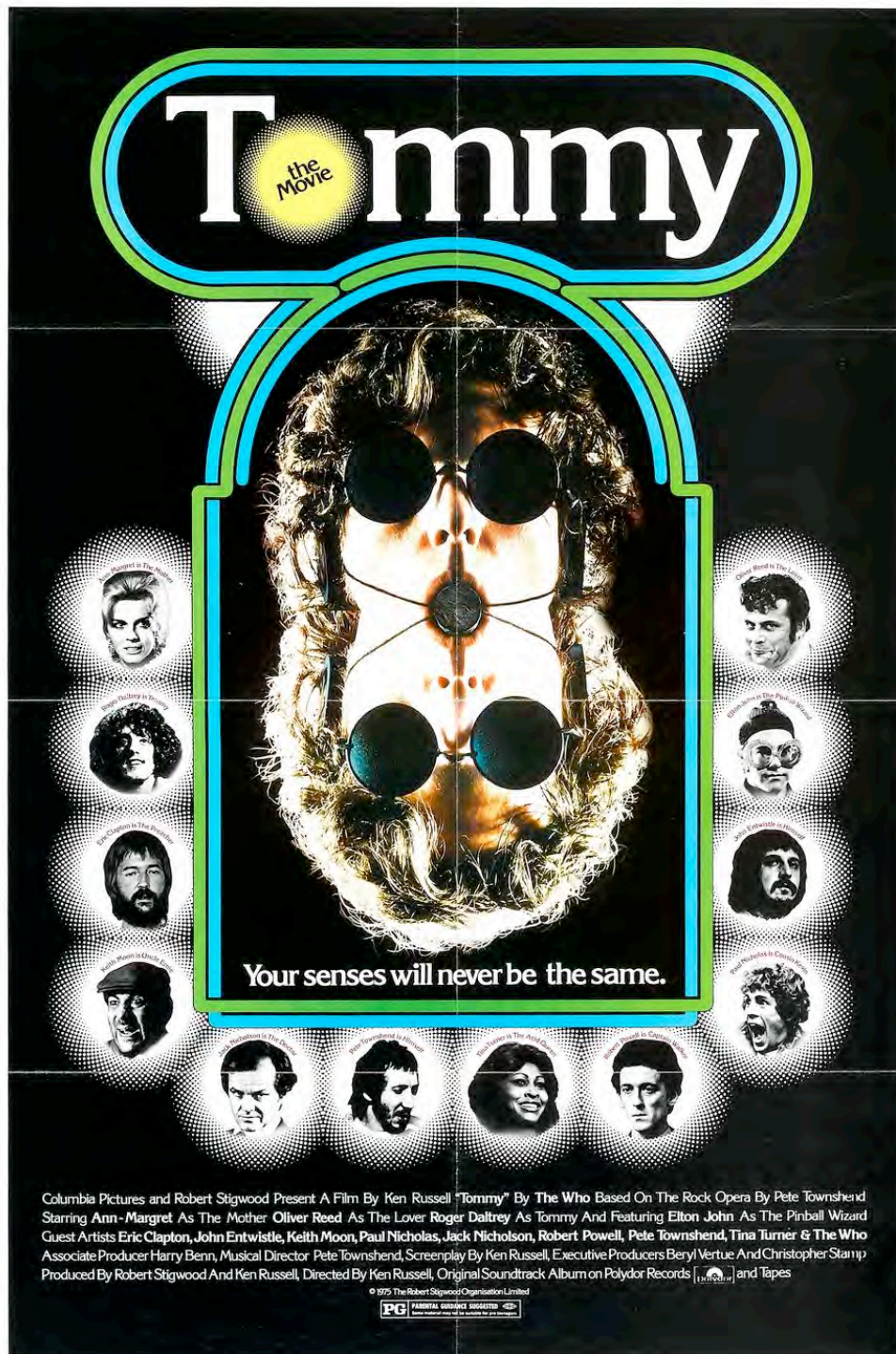
George Lucas, *American Graffiti*, 1973

Otros productos cinematográficos que jugaron con la nostalgia fueron *Happy Days*, serie de 1974 que seguía la línea propuesta por *American Graffiti*, *Laverne & Shirley*, comedia retro ambientada en los años 50, y el musical *Grease*, que antes de convertirse en película (rodada en 1978) tuvo un gran éxito en Broadway. Las raíces de *Grease* se encuentran en la novela *The Outsiders* de S.E. Hinton, publicada en 1967.

Tommy y Quadrophenia

Tommy (Ken Russell, 1975) y *Quadrophenia* (Franc Roddam, 1979) fueron dos películas basadas en las óperas-rock homónimas de The Who. La primera se inspiró en el argumento del niño ciego y sordomudo que protagoniza el disco, y contó con la participación de pesos pesados del rock de la época como Eric Clapton o Tina Turner. Se presentó en el festival de Cannes de 1975.

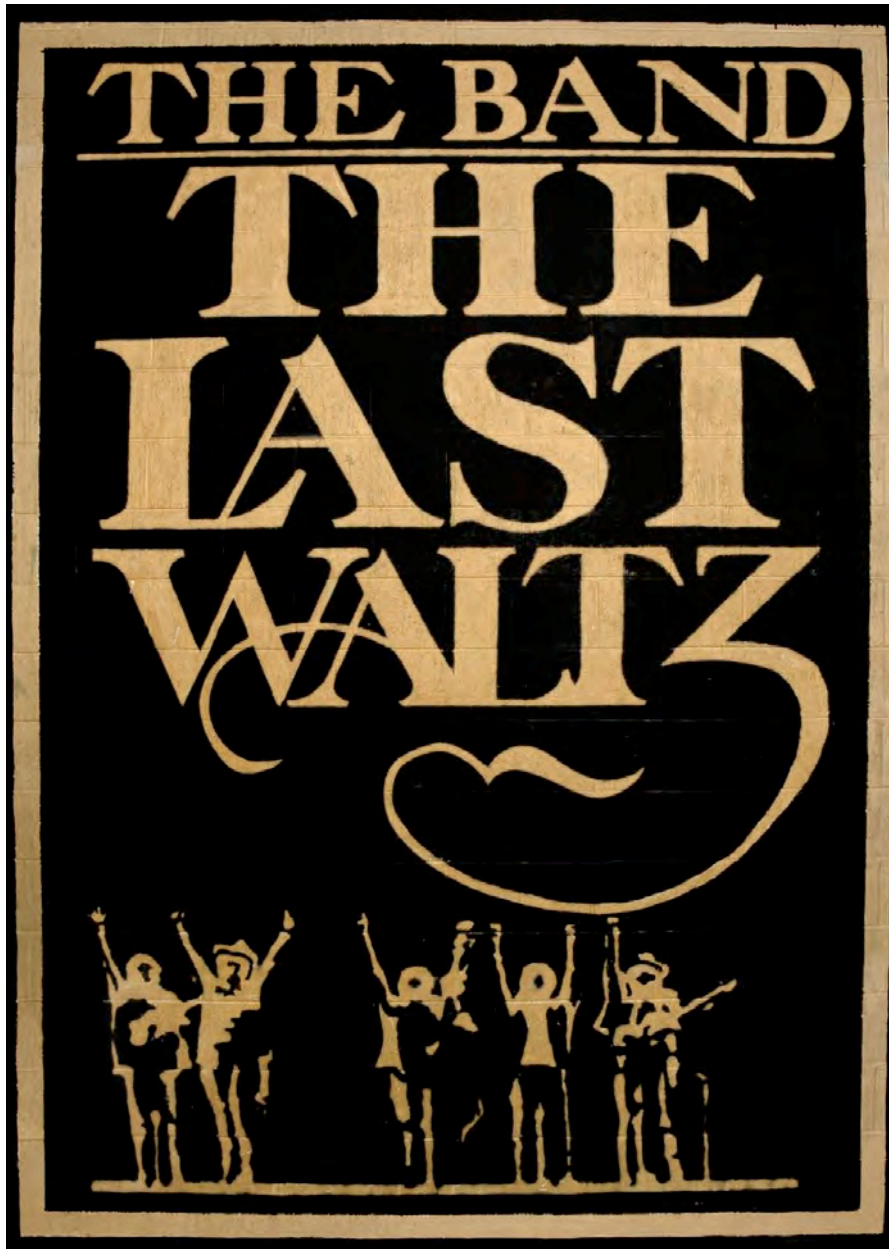
Por su parte, *Quadrophenia* coincidió en el tiempo (1979) con el *revival mod* en el que se embarcaron bandas como The Jam. Relatando los sucesos que narra el disco de The Who, protagonizado por Jimmy, un joven con un trastorno de cuádruple personalidad en medio de la vorágine mod.



Tommy, 1975

The Last Waltz

The Last Waltz (El último vals), fue la película - documental (dirigida por Martin Scorsese y estrenada en 1978) que recogió el concierto de despedida de The Band. Durante éste participaron muchos invitados (Bob Dylan, Eric Clapton o Neil Young, entre otros). Está considerado por la crítica uno de los mejores documentales que se han rodado sobre un evento de rock y representa, dada la naturaleza del concierto, todo un encuentro generacional entre músicos que marcaron una época: finales de los años sesenta y comienzos de los setenta.



The Last Waltz, 1978

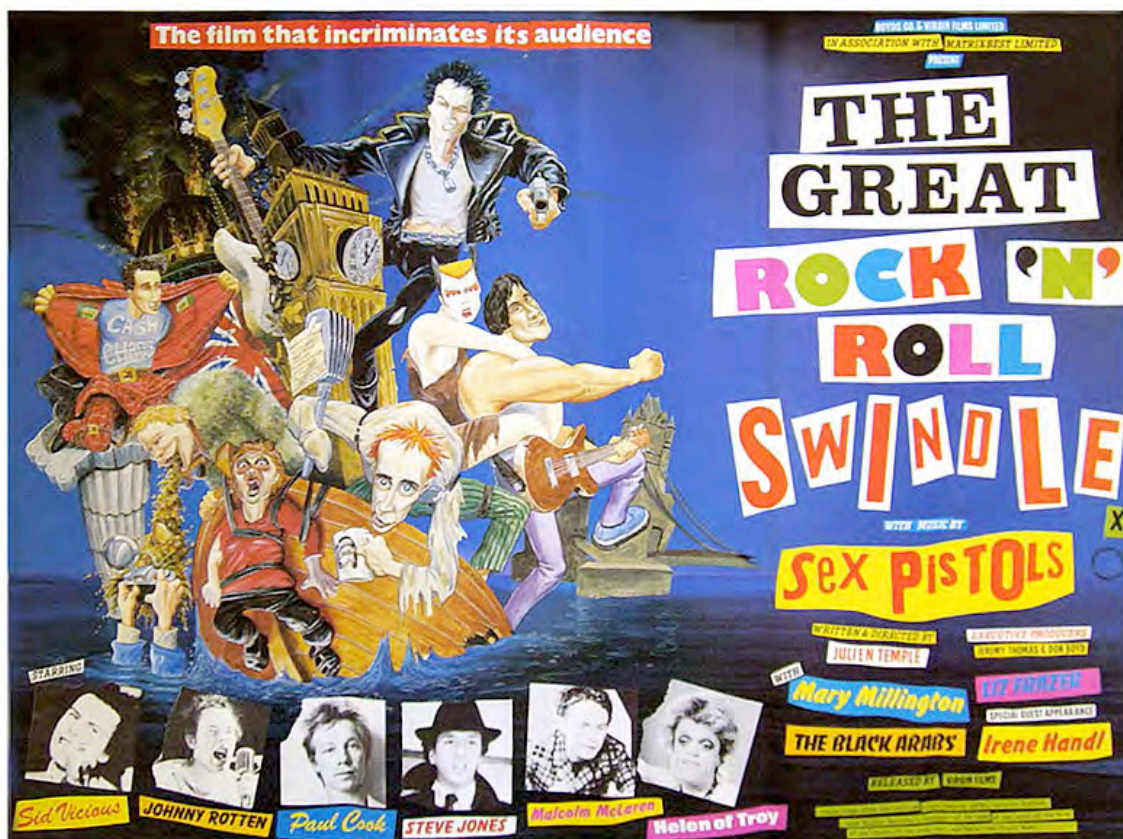
The Great Rock and Roll Swindle

Fue la película con la que Malcolm McLaren se encargó de desenmascarar el ascenso de los Sex Pistols a lo más alto del panorama rock. Se utilizaron escenas rodadas desde los primeros conciertos del grupo hasta el videoclip de la versión que hizo Sid Vicious de *My Way*, de Frank Sinatra. Incluyó animaciones para retratar los momentos más relevantes de la carrera de la banda punk.

“McLaren presentaba la historia del grupo como una maniobra cuidadosamente planeada para estafar tanto dinero como fuera posible a la industria musical, “en represalia por lo que la industria le había robado al rock and roll” (43)

La cinta gira en torno a las "Diez Lecciones", a la sazón, una reconversión de los "Diez Mandamientos" cristianos", con los que McLaren ilustraba la jugada comercial que elaboró, estos eran:

“LECCIÓN 1: CÓMO FABRICAR TU GRUPO / LECCIÓN 2: ESTABLECE EL NOMBRE SEX PISTOLS / LECCIÓN 3: CÓMO VENDER EL FRAUDE / LECCIÓN 4: NO ACTÚES, NO CEDAS TU VENTAJA / LECCIÓN 5: ROBA TODO EL DINERO QUE PUEDES A LA COMPAÑÍA DE DISCOS DE TU ELECCIÓN / LECCIÓN 6: CÓMO CONVERTIRSE EN LA MAYOR ATRACCIÓN TURÍSTICA DEL MUNDO / LECCIÓN 7: CULTIVA EL ODIO, ES TU MEJOR ARMA / LECCIÓN 8: COMO DIVERSIFICAR TU NEGOCIO / LECCIÓN 9: LLEVAR LA CIVILIZACIÓN A LOS BÁRBAROS - ESTADOS UNIDOS / LECCIÓN 10: ¿QUIÉN MATÓ A BAMBI?” (44)



Julien Temple, *The Great Rock 'n' roll Swindle*, 1980

“la música rock en el cine británico proporciona interesantes ejemplos de iconografía: se pueden apreciar figuras fundamentales de la música popular creando papeles que refuerzan la identidad de su música e imagen pública, o bien desafiando los estereotipos que todo artista del rock se construye durante su carrera. Estos factores nos invitan a tener en cuenta cómo es imposible disociar el consumo que hacemos de un artista del consumo de su imagen, al tiempo que nos permite reflexionar sobre las interrelaciones entre música, cine y sociedad.” (45)

3-2-9 CENTROS NEURÁLGICOS

3-2-9-1 CIUDADES

Nueva York

“Hablar de Nueva York es hablar de la jungla urbana más fascinante del planeta; una ciudad donde se dan cita millones de personas de distintas culturas, razas y credos, donde conviven juntas, a pocos metros de distancia, las mayores riquezas y la pobreza más miserables” (46)

Durante los años sesenta, Nueva York se estableció como el centro artístico más importante a nivel global.

Alejada de la visión utópica de San Francisco, Nueva York poseía una bohemia literaria vinculada a la protesta que desde el folk al rock, engendraría a músicos dispares como Bob Dylan, Lou Reed, Patti Smith o Bruce Springsteen.

La presencia de artistas de renombre como Andy Warhol y sus ansias de experimentación pop, provocó que la colisión entre lo bohemio y lo pop engendrara una simbiosis que ofrecería nuevas vías creativas al rock. Con el tiempo, entre comienzos y mediados de los setenta, su desarrollo llevaría a las primeras señales punk. Algunos de los representantes de la escena bohemia de finales de los sesenta y comienzos de los setenta fueron estudiantes de arte como Patti Smith, Dead Boys o Talking Heads. De entre todos los centros, destacó el *Mercer Arts Center*, considerado cómo la continuación lógica de la *Factory* de Warhol.

“La importancia del Mercer subyace en la forma que respondió por el interés mutuo de rockeros y vanguardistas. El Center fue, en palabras de David Johansen, 'diez habitaciones en un hotel en Broadway y Mercer. Había una habitación de video experimental, una habitación de cabaret, una habitación teatral. El lugar experimental, la Cocina, empezó ahí. Nosotros (los New York Dolls) empezamos los martes en la habitación Oscar Wilde” (47)

San Francisco

“todo estaba permitido, donde todo tenía su sinrazón... y donde se desarrollarían los momentos más brillantes en cuanto a la creatividad y osadía del rock de la segunda mitad de los 60” (48)

San Francisco ya era una meca contracultural mucho antes del hippismo, la generación beat había hecho de la ciudad californiana su sede fundamental.

“A finales de los cincuenta San Francisco tenía la más autoconsciente bohemia de Estados Unidos, una bastante precoz comunidad de poetas beat, músicos blancos de jazz, pintores semi-exitosos y escultores, creadores de todo tipo” (49)

“The importance of the Mercer lay in the way it accounted for rock'n'rollers' and avant-gardists' mutual interests. The Center was, in David Johansen's words, 'ten rooms in a hotel on Broadway and Mercer. There was an experimental video room, a cabaret room, a theatrical room. The experimental place, the Kitchen, started there. We (The New York Dolls) started on Tuesdays in the Oscar Wilde Room” (47)

“By the late 1950s San Francisco had the USA's most self-conscious Bohemia, a rather precious community of beat poets, white jazz musicians, semi-successful painters and sculptors, would-be creators of all sorts” (49)

Fueron estos aires de bohemia los que atrajeron a infinidad de jóvenes al distrito de Haight - Ashbury, que en 1966 se convirtió en meca de la generación hippie. Sirva como dato que el barrio pasó de tener 700 habitantes a más de 10.000, centrados en la búsqueda de nuevas alternativas a lo establecido.

Jordi Sierra i Fabra (escritor y estudioso de la música pop desde finales de los años 60, autor de *La era rock: 1953 - 2003*) apunta a San Francisco como la ciudad en la que comenzó la *revolución cultural de la costa oeste americana*, descartando cualquier atisbo de casualidad. Había una guerra de desgaste librada al otro lado del Pacífico, y la metrópoli del *Golden Gate* era una base de lanzamiento:

"Desde la ciudad californiana se enviaban los barcos o partían los aviones con los combatientes destinados a Vietnam. La edad de reclutamiento era de diecisiete años. Los que podían estudiar, se salvaban, y también los que tenían medios o influencias. Los que no tenían nada eran carne de cañón. Y no parecía una guerra "de liberación", sino un matadero" (50)

Esto provocó una oposición frontal por medio de mensajes en consonancia con el pasado contracultural de la ciudad. Ayudando también la presencia, recordada por Sierra i Fabra, de la Universidad de Berkeley, centro cultural de primer orden en Estados Unidos.

En la ciudad californiana florecieron todas las señas de identidad presupuestas al credo hippie. En lo que nos atañe, la presencia de los *Big Five*, los cinco artistas de más renombre dentro de la creación de carteles psicodélicos, generó una ingente cantidad de material gráfico de gran relevancia. (ver Apartado 4-4)

Marty Balin, cantante de Jefferson Airplane, además de pintor y escultor, fue el dueño del célebre Club Matrix, y se encargó de su decoración con motivos egipcios.



Rolling Stone, Nº1, Diciembre de 1967

La famosa revista *Rolling Stone* se fundó en San Francisco Nacida al amparo del movimiento hippie.

"cultivaba esta impresión y aclamaba a los músicos nuevos como visionarios con una pureza espiritual que podía alterar permanentemente el arte, la política y la sociedad" (51)

La difusión del credo hippie también acrecentó su decadencia. Barry Miles alude a una inclinación por lo estrafalario que llevaba a competir por conseguir las mayores cotas de extravagancia, y establece una comparativa con Londres. Para el americano, *“Haight Street nunca tuvo el sentido de la estética y de la moda que tenía Londres. Muchos parecían pedigüños, y lo cierto es que la mayoría lo eran (...) El ambiente recordaba una feria medieval callejera y presentaba la misma violencia y peligro subyacente”* (52)

Los Angeles

En Los Angeles la tradición artística de la ciudad, especialmente en lo referente a arte dramático (en ella se encontraban Hollywood y la industria del cine, o la UCLA, la escuela de cine) sirvieron para que la ciudad atrajese a un buen número de adeptos a los preceptos contraculturales. Barry Miles señala que Los Ángeles tuvo un carácter más *“farandulero”* que San Francisco. Citando al *Firesign Theater*, grupo de teatro que *“mezclaban películas antiguas con obras de teatro y literatura de vanguardia para conseguir una sátira surrealista con muchas capas”* (53) Éstos grabaron varios discos.



Sunset Boulevard en los años 60

Michael Bruce, del Alice Cooper Group, confirma esto al hablar sobre el *Sunset Boulevard* en 1967:

“Puedes imaginártelo, era como ir a una feria, con todos los feriantes vociferando sobre sus atracciones. Era algo parecido a eso. Simplemente surrealista, todo el mundo andaba por allí haciendo de todo y la policía intentaba controlarlo como podía” (54)

Para Kim Gordon, cantante y bajista de Sonic Youth, Los Ángeles tiene un carácter apocalíptico por su situación en un desierto. Cita a las pinturas de Ed Ruscha y las relaciona con *The End* de The Doors o *Desolation Row* de Bob Dylan.

Detroit

La ciudad de Detroit, en el norte de Estados Unidos, resultó clave en el devenir del Rock, de ahí que nos detengamos en su análisis. Seminales agrupaciones como MC5 o The Stooges se fundaron en ella. Iggy Pop (Stooges) opinaba que Detroit es *una tierra olvidada por el tiempo*.

Ciudad industrial con una economía basada en la industria del automóvil, este se reflejó en nombres y estéticas de sus grupos.

Legs McNeil cita a Wayne Kramer, guitarrista de MC5, quien comentaba:

“Compartíamos la afición por los hot rods y los motores potentes. (...) Llevábamos las carreras en la sangre. Eran rápidas y ruidosas, como la música” (55)

Para Jaime Gonzalo, Detroit fue *“la antítesis de San Francisco, una ciudad industrial con amplia base obrera pero circundada de universidades, donde se dan unas condiciones de vida especialmente duras y tanto negros como blancos padecen una insostenible dictadura policial, tradicionalmente arraigada para mantener bajo control al proletariado negro de los guetos y el movimiento sindicalista de las cadenas automovilísticas”* (56)

Para Sergio Martos, la clave para comprender la manera en que entendían el rock en Detroit se basaba en

“Inmediatez, clarividencia, peso. El sonido rock (o soul) de Detroit no se anda con rodeos, va directo a la yugular y la falta de recursos lo convierte en arte” (57)

La primera banda realmente importante de Detroit fue Mitch Ryder and the Detroit Wheels. *“juega un papel decisivo en la adaptación de la inmediatez callejera a la música de esas marginales barriadas”* (58)

La figura predominante de Detroit fue el poeta John Sinclair, que a la manera de Breton con los surrealistas, o los beat de los 50, fundó un grupo de experimentación artístico llamado *Detroit Artist Workshop*, muy político y emparentado con un credo revolucionario de corte marxista. Poco después este grupo se convirtió en *Trans-Love Energies Unlimited*, que brindó su ayuda a la nueva escena de rock local.

Gonzalo cita a dos subdivisiones de éstos: *Magic Veil Light*, encargada de los *light-shows* y *Artist Workshop Press*, ocupada en prensa y pósters.

Sinclair fue el manager de la banda MC5 (Motor City Five), junto a The Stooges, el grupo de rock más importante aparecido en Detroit a mediados - finales de los 60.



Revueltas en Detroit, 1967

Londres

“Determinadas ciudades conocen un momento en la historia en el cual se da una ebullición tal de acontecimientos, de cambios, de transformaciones en todos los órdenes, que de manera inevitable elevan a la categoría de leyenda ese escenario y ese tiempo histórico (...) En esa categoría tenemos que incluir, necesariamente, el Londres de los años 1966 – 1970. Nunca en la historia de la música contemporánea una ciudad fue protagonista de una transformación tan extraordinaria como la que el impacto de la evolución del rock produjo en la cultura establecida hasta entonces, tanto en la Gran Bretaña como en el resto del mundo” (59)

A mediados de los años sesenta, y gracias al crecimiento económico y a la afluencia de un gran número de jóvenes, Londres se había convertido en una meca cultural vanguardista y dinámica. La naturaleza "pop" inundó al arte, la música, la publicidad y la moda, en un todo unitario que entremezcló las cuatro disciplinas. Una explosión visual sin precedentes tiñó el ambiente y artistas y diseñadores se convirtieron en los *árbitros del gusto*. Este gusto fue eminentemente "pop". Eliminando las barreras entre alta y baja cultura, produjo una utópica visión de Inglaterra despojada de clasificación social.



Portada de la revista Time, Abril de 1966

Las escuelas de arte rebosaban de jóvenes ávidos de experimentación, y entre ellos, muchos de los protagonistas del movimiento rock más vanguardista (ver apartado 3-3). La palabra *Swinging* (de *Swinging London*) tiene varias acepciones en inglés: jovial, excitante, libertino, promiscuo. Diversión y sexo se desbocaban, amparados en las ansias experimentales que citábamos.

"La generación del Londres de 1966, que tenía su espejo en la del San Francisco de aquellos mismos años, puso en cuestión todo el sistema de valores tradicionales de una sociedad, creó su propia moral, hizo de la libertad una bandera irrenunciable y llevó a todos los campos de la cultura y de la creación esa radical libertad creativa. El arte cambió y se hizo pop, el cine tomó nuevos puntos de referencia y contó historias desde otros puntos de vista" (60)

La calle Carnaby Street fue el epicentro de esta explosión. Estaba llena de establecimientos que ponían a la venta lo más moderno e *in* del momento.

El *Swinging London*, fue responsable de que se fraguase lo que se conocería en Estados Unidos como la *british invasion* (invasión británica), bandas británicas adalides de la modernidad, que se habían dejado insuflar por los aires rebeldes del rock primitivo. Reconvirtieron éste en su principal cauce expresivo, y después en un crisol con el que experimentar.

Mary Quant y Barbara Hulanicki, fueron las diseñadoras de moda del *Swinging London*. Twiggy fue la modelo de la época y Vidal Sassoon un peluquero con fama de artista pop. *Hung on you*, *Granny Takes a Trip* y *Biba* (más especializada en audiencias femeninas) las boutiques más importantes.



Twiggy

El caso de Twiggy es un reflejo de los tiempos. Su status de superestrella era tal, que cuando fue a Estados Unidos, fue recibida en el aeropuerto como si se tratara de los Beatles. Cabría plantearse la necesidad de culto a la celebridad, ya presente en aquella época. Justin de Villeneuve, su novio y manager comenta que se sintieron como parte de la *British Invasion* junto con los Beatles y los Stones.

El *Swinging London* provocó que la moda colorista copase todo Londres y ropa y estética se volvieran de importancia vital.

"La experimentación con ropa, se abrió a todo. Los jóvenes se dejaron crecer el pelo como un símbolo de revolución juvenil contra la cortedad de sus padres" (61)

La contracultura se fue abriendo paso en Londres, entremezclando los preceptos de moda y color del *Swinging London* con la revolución psicodélica procedente de Norteamérica. Barry Miles señala a la comunidad educativa *London Free School*, fundada en 1966, cómo la causante del establecimiento de “los principios de un estilo de vida alternativo” (62)

Varios hechos cómo la apertura de la librería y galería de arte *Indica*, la llegada de diferentes artistas o cineastas (Miles cita a Steven Stollman, llegado de Estados Unidos, productor de documentales, como nexo entre la contracultura británica y la americana) o la lectura poética del *Royal Albert Hall*, en la que participaron gurús como Allen Ginsberg, fueron allanando el camino para hacer de Londres, durante un breve período, una meca contracultural.

El evento *14hour Technicolour Dream* fue el evento *underground* por antonomasia y resumió a la perfección la omnipresencia de un rico caldo de cultivo visual con la que generar un ambiente escapista.

Otra muestra de estas ansias de libertad expresiva la encontramos en la puesta en marcha de las famosas *radios piratas*. En esencia eran radios transmitidas desde barcos situados más allá de la jurisdicción británica que emitían lo más granado del *underground*. La BBC monopolizaba las emisiones y difusiones de las novedades, ejerciendo de cortapisas y filtro por el que no pasaban muchas canciones, grupos, y por ende, mensajes.



El buque a través del que se emitía Radio Caroline

A pesar de su pronta clausura, la historia de las radios piratas está llena de hitos, y pese a su breve existencia, éstas permanecen en la memoria como uno de los primeros ejemplos de la autoafirmación del rock como movimiento sociocultural independiente.

3-2-9-2 CLUBES

UFO



Cartel del club UFO, 1967

El club U-FO fue el templo de la psicodelia británica. Fundado por John Hopkins y Joe Boyd tras observar como la concurrencia de los eventos de la *London Free School* se hacía cada vez mayor.

En él, Soft Machine y Pink Floyd encontraron un hueco para poder llevar a cabo sus primeras experiencias en directo. Soft Machine fue la primera banda importante del llamado *sonido de Canterbury*, y representó un nexo entre la psicodelia y el rock progresivo.

Pink Floyd lograron hacerse un nombre en el panorama *underground* londinense gracias a sus actuaciones, que trascendían de lo musical para convertirse en auténticos *happenings*, gracias a los juegos de luces.

En U-FO se hermanaban diferentes disciplinas artísticas, música y artes visuales, creando un entorno con una imaginería propia. Para John Cavanah, los eventos del UFO "*cristalizaron en una escena de creatividad intercultural*" (63)

La vida del club fue muy breve, menos de un año: abrió sus puertas el 23 de diciembre de 1966 y clausuró en Octubre de 1967. A pesar de ello, permanece en la historia de la contracultura como el lugar en el que se vincularon música y artes, y con la que Pink Floyd se impulsó al estrellato mundial.

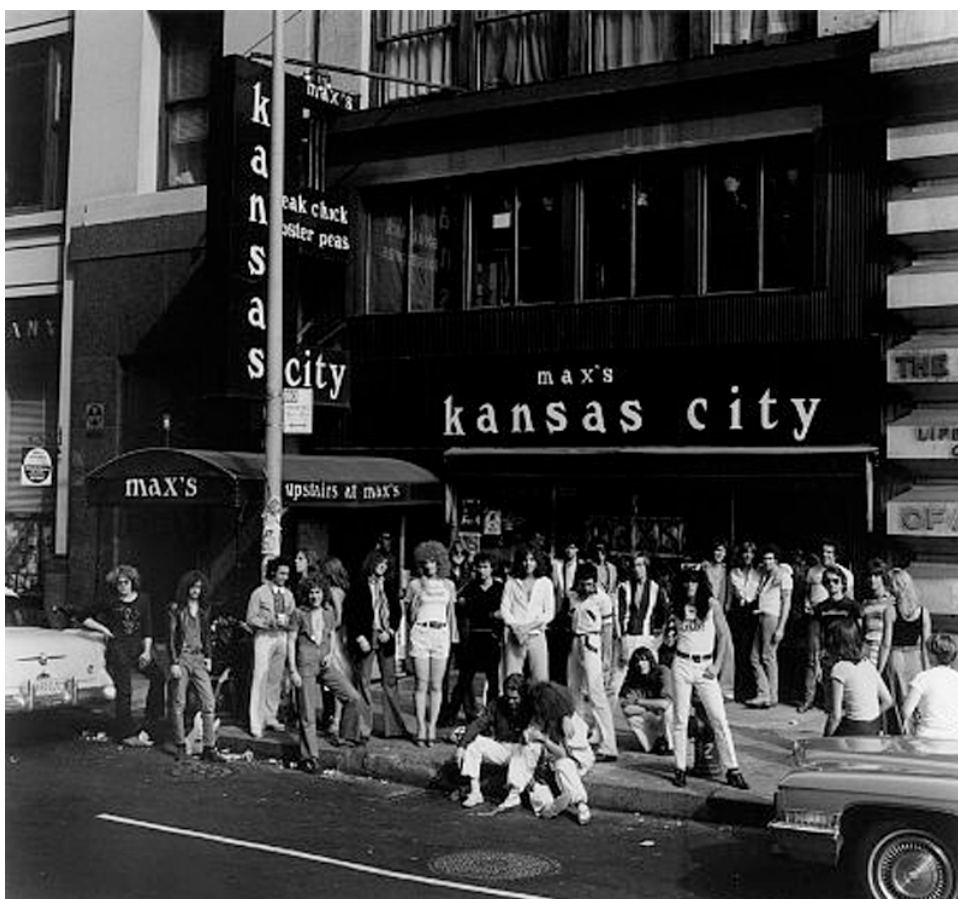
Lo sucedió el club *Middle Earth*, fundado también por John Hopkins.

Max Kansas City

"El Max's era como estar en el cielo en decadencia. Era irreal, el teatro de lo absurdo. La habitación de atrás tenía la entrada restringida: solo freakys. A Mickey Ruskin, que dirigía el local, le importaba bien poco si el local estaba lleno o no. Si no estabas lo suficientemente a la moda, te marchabas a la zona de los turistas. Los drag queens y los chicos vestidos de cuero tenían un sitio privilegiado" (64)

Alice Cooper

Max Kansas City fue uno de los locales más importantes en Nueva York. Abierto por Mickey Ruskin a finales de 1965, actuó como centro de reuniones de la sociedad artística de la ciudad. Según Warhol, Ruskin siempre se había sentido atraído por la escena artística, y ésta correspondió al propietario acudiendo al local. La descripción del mismo incide en la presencia de actores como Cary Grant o Dennis Hopper, músicos como Janis Joplin o Debbie Harry (fue camarera en el local), y artistas de toda índole como Malcolm Morley, Richard Serra o Chuck Close.



Exteriores de Max Kansas City a finales de los años 60

Si hubo un artista representativo de la escena vivida en Max's Kansas City, fue Warhol. Tanto él como su séquito de colaboradores y personajes hicieron del restaurante neoyorquino una auténtica extensión de *The Factory*. Para el artista estadounidense,

"fue el lugar exacto donde arte Pop y vida Pop se dieron de la mano en el Nueva York de los años sesenta. - adolescentes bailongos y escultores, estrellas del rock y poetas de la plaza St. Mark, actores de Hollywood chequeando de qué iban los actores underground, propietarios de boutiques y modelos, bailarines modernos y bailarinas go-go - todo el mundo iba al Max's y todo fue homogeneizado ahí" (65)

"Max's Kansas City was the exact place where Pop Art and pop life came together in New York in the sixties - teeny boppers and sculptors, rock stars and poets from St. Mark's Place, Hollywood actors checking out what the underground actors were all about, boutique owners and models, modern dancers and go-go dancers - everybody went to Max's and everything got homogenized there" (65)

The Dom

The Dom fue a Nueva York lo que U-FO fue a Londres, el club de la psicodelia neoyorquina, frecuentado por Andy Warhol y la Velvet Underground, y posteriormente convertido en *The Electric Circus*.

The Dom había tenido diferentes usos desde finales del siglo XIX, hasta que a mediados de los años sesenta fue subarrendado por el colaborador de Warhol, Paul Morrissey, que lo transformó en un club nocturno en el que actuaron The Velvet Underground.

CBGB: La bohemia neoyorquina creadora del punk

El CBGB es considerado el club de rock más importante de Nueva York. Situado en la calle Bowery, al sur de Manhattan, célebre por ser foco de atracción de mendicidad y criminalidad, pero también de artistas y poetas, que impregnaron al local de un perfume bohemio.

El propietario del club, Hilly Kristal, definía sus siglas CBGB - OMFUG cómo "Country, Bluegrass, Blues y otras músicas para golosos inspirados". Su naturaleza *underground*, alejada del *establishment*, permitió la recepción de jóvenes renovadores de la escena rock. Según Richard Hell (cantante y bajista estadounidense, miembro de The Voidoids y Television)

"El CBGB era el lugar donde todo sucedía, desde la primera vez que tocamos allí. Éramos realmente únicos. No había ningún otro grupo de rock&roll con el pelo corto. No había ningún otro grupo con la ropa rota. Todo el mundo llevaba todavía maquillaje y ropa de mujer." (66)

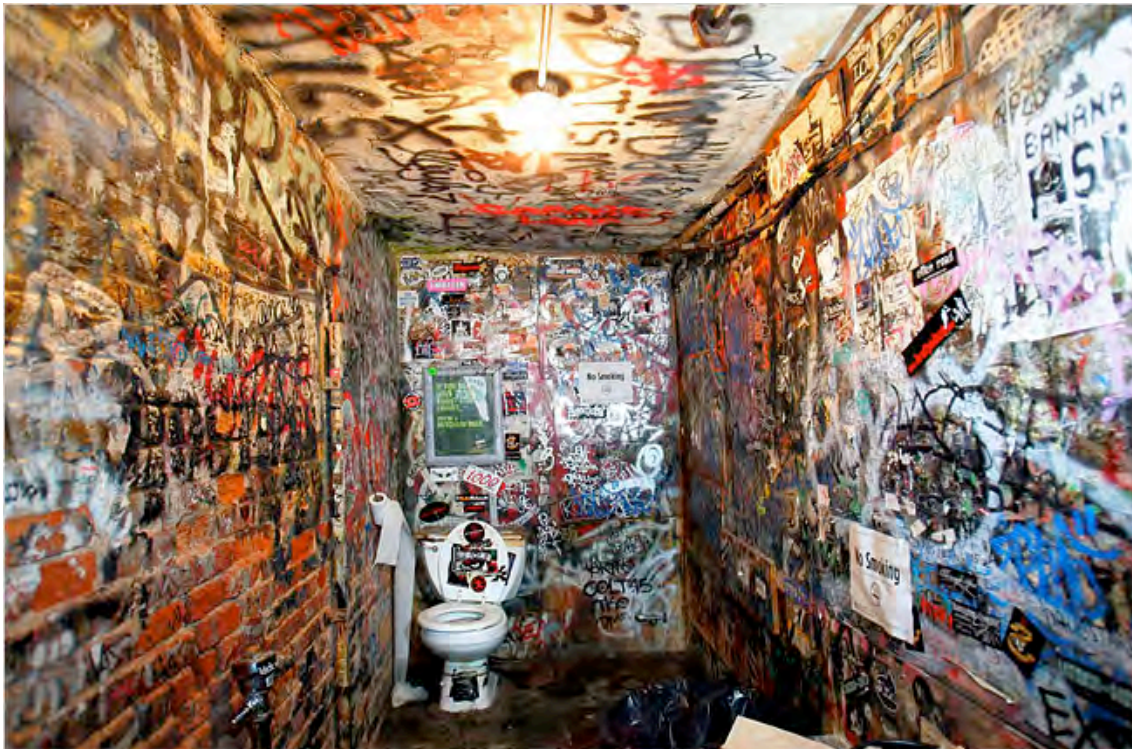
Jon Savage cita a Television, cómo la primera banda que actuó con regularidad en el club, posibilitando su conocimiento en el resto de la ciudad. Prueba de que la escena punk neoyorquina, anterior a la británica, tuvo su epicentro en el CBGB.



Entrada del CBGB

La enorme cantidad de graffitis que se pintaron en las paredes de los aseos de este club es una de las expresiones gráficas más notorias del *underground* neoyorquino. Richard Hell sostiene que más allá de su apariencia y significado reflejan una intención de marcaje territorial. El efecto conseguido sobrecoge, como si se tratara de un *cementerio colorista* o de una *autopsia* en la que la historia comprimida se abre en canal y evoca a los individuos que pasaron por el club, y tal vez lo más importante, la energía vital de una juventud que había encontrado su lugar, su expresión y su música en el club neoyorquino.

"Naturalmente, el graffiti en el CBGB tiene mucho en común con el estilo de música que hizo famoso al club. No va sobre discusión intelectual, no va sobre opiniones, va sobre una condición, sobre ser joven y estar hambriento; sobre energía, rabia, y sexo; una reivindicación pura informe. O no: Va sobre aburrimiento y frustración. Pero aburrimiento iterado y reiterado, emborrachándose, desmayándose, y después empezando de nuevo. Graciosamente. Es horrible, pero bellamente horrible" (67)



Interior de los aseos del CBGB



"Naturally, the graffiti in CBGB also has a lot in common with the style of music that made the club famous. It's not about an intellectual argument, it's not about opinions, it's about a condition, about being young and hungry; about energy, anger, and sex; pure formless assertion. Or not: It's about boredom and frustration. But boredom iterated and reiterated, becoming drunk, passing out unconscious, and then beginning again. Funnily. It's horrible, but beautifully horrible" (67)

David Godlis, el autor de las famosas fotografías tomadas en el club desde 1976 a 1979, cita cómo influencia el libro de Brassai *Los secretos de París en los años treinta* y en *Los americanos* de Robert Frank. Su intención, mostrar una equivalencia del mundo que él vivía, "Me di cuenta de que lo que quería fotografiar en el CBGB's era el aspecto que tienen las cosas por la noche" (68)

De su relación e influencia con Robert Frank también extraemos el relevo entre artistas vinculados al rock. Godlis comenta:

Robert (nota: Frank) vive en el Bowery, cerca del CBGB's, y una noche vino al local. (...) Le expliqué que era una especie de escena musical, y él subrayó la importancia de la manera de vestir de la gente. Yo estaba mudo, porque mi ídolo acaba de entrar en el lugar donde yo quería hacer lo que él había hecho. Cuando se fue, la gente me preguntó, ¿Quién era ese tío viejo con el que hablabas?" (...) Entonces me acordé, "¿Sabéis las fotos de la portada de Exile on Main Street? Las hizo él. ¡La película Cocksucker Blues es suya!" (69)



David Godlis, *CBGB*, 1976-79



Robert Frank, *Los americanos*, 1958

Citas y Bibliografía

1. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime – Pág. 7
2. <http://magicbussf.com/january-14-1967-the-human-be-in-aka-gathering-of-the-tribes-golden-gate-park/>
3. *Jim Morrison y The Doors*, Vega, Ines – Pág. 43
4. *Historia del Rock – El sonido de la ciudad (Vol. 2 - Desde los Beatles hasta los años 70)*, Gillett, Charlie – Pág. 182
5. *Hippie*. Miles, Barry – Pág. 318
6. *Historia del Rock – El sonido de la ciudad (Vol. 2 - Desde los Beatles hasta los años 70)*, Gillett, Charlie – Pág. 160
7. *Art in the San Francisco Bay Area: 1945 – 1980, An Illustrated History*, Albright, Thomas – Pág. 172
8. *El Diseño del Siglo XX*, Tambini, Michael – Pág. 20
23. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon – Pág. 398
24. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon – Pág. 402
9. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 100-101
10. *The Who*, Muniesa, Mariano – Pág. 40
11. *Por favor, Mátame - La historia oral del Punk*, McNeil, Legs & McCain, Gillian – Pág. 33
12. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 315
13. *La revolución sexual del rock*, Bianciotto, Jordi – Pág. 30-31
14. *Rastros de carmín - Una historia secreta del siglo XX*, Greil, Marcus – Pág. 130-131
15. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 250-251
16. *Por favor, Mátame - La historia oral del Punk*, McNeil, Legs & McCain, Gillian – Pág. 202
17. <http://rollingstone.es/entrevistas/arturo-vega-un-aguila-nunca-hace-estupideces-como-chuparse-los-huevos/>
18. *Por favor, Mátame - La historia oral del Punk*, McNeil, Legs & McCain, Gillian – Pág. 214
19. *Documental: The Summer of 1967 – The Summer of Love*
20. *The piper at the gates of dawn*, John Cavanagh – Pag. 88-89
45. *Documental: The Summer of 1967 – The Summer of Love*
21. *Documental: Hippies*
22. *La sociedad del espectáculo*, Debord, Guy – Pág. 9
23. *La sociedad del espectáculo*, Debord, Guy – Pág. 124
24. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime - Pág. 89
25. *Surreal versus Surrealismo en el Arte Contemporáneo*, VVAA – Pág. 13
26. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 60-62
27. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 64
28. *L'Atalante – Revista de Estudios cinematográficos*, Nº 14 Julio – Diciembre de 2012
29. *Historia del Rock – El sonido de la ciudad (Vol. 2 - Desde los Beatles hasta los años 70)*, Gillett, Charlie – Pág. 83-84
30. *Limusinas y Estrellas: Medio Siglo de Rock 1954 – 2004*, Méndez, Sabino – Pág. 83
31. *Limusinas y Estrellas: Medio Siglo de Rock 1954 – 2004*, Méndez, Sabino – Pág. 36
32. *La era Rock (1953-2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pág. 65-67
33. *Hippie*. Miles, Barry – Pág. 274-275
34. *The piper at the gates of Dawn*; Colección 33 1/3, Cavanagh, John – Pág. 68-69
35. *I've got my mojo working - Londres 1960 - 66 / Los Mods, Los Clubs, Los Grupos, La Herencia*, De la Iglesia, Ángel – Pág. 83-84
36. *Hippie*. Miles, Barry – Pág. 274-275
37. *Hippie*. Miles, Barry – Pág. 147
38. *Popism – The Warhol '60s*, Warhol, Andy & Hackett, Pat - Pág. 280-281
39. *Hippie*. Miles, Barry – Pág. 351
40. *Popism – The Warhol '60s*, Warhol, Andy & Hackett, Pat - Pág. 297
41. *Are you experienced? - How psychedelic consciousness transformed Modern Art* Johnson, Ken - Pág. 92
42. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon – Pág. 315
43. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 624
44. *L'Atalante – Revista de Estudios cinematográficos*, Nº 14 Julio – Diciembre de 2012
45. *The Velvet Underground*, Arnaiz, Jorge; Mendoza, Jose Luis – Pág.15
46. *The Velvet Underground*, Arnaiz, Jorge; Mendoza, Jose Luis – Pág.17
47. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 112-113
48. *The Velvet Underground*, Arnaiz, Jorge; Mendoza, Jose Luis – Pág.14
49. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 93
50. *La Era Rock (1953 - 2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pag. 135-137
51. *Off the Wall - Psychedelic Rock Posters from San Francisco*, Gastaut, Amélie & Criqui, Jean – Pierre – Pág. 8
52. *Hippie*, Miles, Barry – Pág. 195
53. *Hippie*, Miles, Barry – Pág. 195

54. *The Grateful Dead - Pioneros de la Psicodelia*, Moreno, Xabier – Pág. 102-103
55. *The Velvet Underground*, Arnaiz, Jorge; Mendoza, Jose Luis – Pág.14-15
56. *Hippie*, Miles, Barry – Pág. 132
57. *Alice Cooper - Por un billón de dólares*, Martos, Sergio – Pág. 48
58. *Por favor, Mátame - La historia oral del Punk*, McNeil, Legs & McCain, Gillian – Pág. 34
59. *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*, Gonzalo, Jaime – Pág. 291
60. *Alice Cooper - Por un billón de dólares*, Martos, Sergio – Pág. 111
61. *Alice Cooper - Por un billón de dólares*, Martos, Sergio – Pág. 111
62. *Led Zeppelin: El martillo de los dioses*, Davis, Stephen – Pág. 8
63. *Album Cover Album - The book of Record Jackets edited by Hipgnosis & Roger Dean*, VVAA – Pág. 12
64. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 106
65. *Popism - The Warhol '60s*, Warhol, Andy & Hackett, Pat – Pág. 186
66. *Por favor, Mátame - La historia oral del Punk*, McNeil, Legs & McCain, Gillian – Pág. 150
67. *Sympathy for the devil - Art and Rock and Roll since 1967*, Molon, Dominic & VVAA – Pág. 27-28
68. *Por favor, Mátame - La historia oral del Punk*, McNeil, Legs & McCain, Gillian – Pág. 259
69. *Por favor, Mátame - La historia oral del Punk*, McNeil, Legs & McCain, Gillian – Pág. 259

3-3 LA INFLUENCIA DE LAS ESCUELAS DE ARTE EN EL ROCK

3-3-1 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

"Las escuelas de arte, entendiendo la ironía, toleran virtudes de diversión y juego más que imponer una ética de trabajo rígido; de hecho es común una tolerancia hacia estudiantes que trabajan en la completa autoindulgencia.

(...) La experiencia de la escuela de arte va sobre compromiso a una práctica, a un modo de aprendizaje que asume el estatus de forma de vida. Los estudiantes de las escuelas de arte son reclutados a una meritocracia que se distingue asimismo de las reglas habituales de riqueza y clase" (1)

A partir de mediados de los años 50, las escuelas de arte se volvieron focos de experimentación y muchos jóvenes encontraron en la música un cauce expresivo al que aplicar las ideas aprendidas durante sus estudios. Muchos de estos estudiantes recalaron en las escuelas de arte por no tener una idea clara hacia la que dirigir sus pasos formativos. Como veremos, varios de los protagonistas del movimiento rock de los 60 se formaron en ellas. En palabras de Keith Richards, de los Rolling Stones: *"En Inglaterra, si eras afortunado entrabas en una escuela de arte. Es un sitio en el que te ponen si no te pueden poner en ningún otro lugar" (2)*

"Este fue el periodo, de mediados de los 50 a mediados de los 60, cuando las escuelas de arte operaron más liberalmente para proporcionar nuevas oportunidades educativas para ex estudiantes de clase trabajadora y clase media que no tenían ni calificaciones académicas ni ocupacionales pero cuya 'torpeza' parecía tener algún tipo de potencial creativo" (3)



Escuela de arte de Brighton a mediados de los años 60

"Art schools, understanding irony, tolerates virtues of fun and play rather than imposing a rigid work ethic; indeed a tolerance of students who work with complete self-indulgence is common.

(...) The art school experience is about commitment to a working practice, to a mode of learning which assumes the status of lifestyle. Art school students are recruited into a meritocracy which sets itself apart from the usual rules of wealth and class." (1)

"in England, if you're lucky you get into art school. It's somewhere they put you if they can't put you anywhere else" (2)

"This was the period, from the mid-1950s to the mid-1960s, when art schools operated most liberally to provide further educational opportunities to working- and middle-class school leavers who had neither academic nor occupational qualifications but whose 'awkwardness' seemed to have some sort of creative potential" (3)

Los diferentes círculos de estudiantes se intercambiaban discos y músicas: el blues primitivo americano resultó tremendamente atractivo gracias a sus cantos de libertad y sexo, y sus dosis de autenticidad y espíritu marginal.

El blues amplificó la recuperación de la consciencia individual, tan útil para el arte de cariz romántico. John Mayall, el pionero del blues británico, fundador del grupo por el que pasarían varias de los principales guitarristas ingleses (Clapton, Beck, Page, Kossoff, Taylor...), estudió en la escuela de arte de Manchester.

La gran paradoja que la afinidad con el blues presenta fue *"la persecución determinada de un sonido 'original' - el sonido de los orígenes del rock - se volvió la fuente de la 'progresión' musical - progresión no sólo más allá de lo que los grupos pop habían hecho antes sino progresión más allá del blues. 'Original' ahora significaba algo nuevo"* (4)



John Mayall a mediados de los 60

El precedente inmediato del blues como música preferida por los estudiantes de arte fue el jazz, durante los 40 y 50. Las razones de esta afinidad eran similares:

"Paul Oliver, escribiendo en Jazz Monthly en 1957 (...) notó el interés particular de los estudiantes de arte en el jazz (...) y sugirió razones obvias para ello - 'la conocida atracción del estudiante de arte a lo socialmente no convencional e inaceptable'; el atractivo romántico del jazz como música de un grupo minoritario' (...), el jazz era el equivalente musical del arte moderno, una forma musical que había 'roto con la ortodoxia del pasado igual que hicieron la pintura y escultura contemporáneas de la primera década del siglo" (5)

"the determined pursuit of an 'original' sound - the sound of rock's origins - became the source of musical 'progression' - progression not just beyond what pop groups had done before but progression beyond the blues. 'Original' now meant something new" (4)

"Paul Oliver, writing in the 1957s Jazz Monthly (...) noted the particular interest of art students in jazz(...) and suggested obvious reasons for it - 'the well-known attraction of the art student to the socially unconventional and unacceptable'; jazz's 'romantic appeal as the music of a minority group' (...), jazz was the musical equivalent of modern art, a musical form, that is, which had 'broken with the orthodoxy of the past as emphatically as did the contemporaneous painting and sculpture of the first decade of the century" (5)

Esta fijación por ser diferente es una lección que se extendió más allá del contexto de las escuelas de arte. La necesidad de desvincularse de lo común se unía a la naturaleza rebelde del rock.

El *desafío creativo* heredado de la formación artística posibilitó a los músicos no ser condenados al ostracismo por medio de la renovación voluntaria. Así, John Lennon (Beatles), Eric Burdon (The Animals), Roy Wood (The Move), Christine Perfect (Fleetwood Mac), Charlie Whitney (The Family), Pete Townshend (The Who) o Keith Richards (Rolling Stones) hablan de una interacción entre las escuelas de arte y la cultura juvenil:

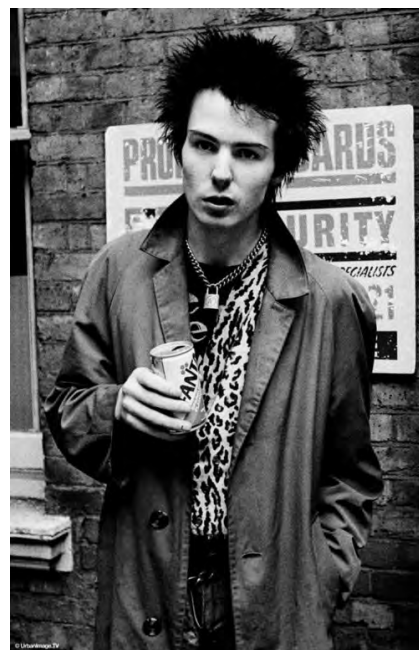
"Esta interacción fue parcialmente una cuestión de lo personal (Pete Townshend, por ejemplo, como muchos jóvenes músicos de Londres a comienzos de los 60, fue un estudiante de arte durante el día, pero un Detour o Who o High Number durante la noche (...), y parcialmente una cuestión de estilo - el culto mod tenía su propia preocupación por la pose visual y la sofisticación, sus propias raíces en la cultura de café beatnik de los 50, sus propias ataduras con la nueva generación de estudiantes de moda. Y fue marcado por una confluencia geográfica de intereses" (6)

Estas características se asentaron a lo largo de las sucesivas generaciones y subgéneros rock aparecidos en el periodo histórico que estudiamos. Las diferencias entre psicodelia, glam o punk no hicieron mella en una fijación por desvincularse de lo establecido. Entre Syd Barrett y Sid Vicious transcurrieron diez años y muchas maneras de enfocar la creación rock. Sin embargo, la presencia de un perfume ideológico procedente de las escuelas de arte permaneció vigente.

"Una generación rock después de Pink Floyd, el primer concierto de los Sex Pistols fue también un baile de escuela de arte; aquí estaba la única audiencia que apreciaría las estéticas de la incompetencia, bailarían o abuchearían con regocijo la inversión del estilo" (7)



Syd Barrett



Sid Vicious

"This interplay was partly a matter of personnel (Pete Townshend, for example, like many young London musicians in the early 1960s, was an art student by day, but a Detour or Who or High Number by night (...), and partly a matter of style - the mod cult had its own concern for visual pose and sophistication, its own roots in 1950s beatnik coffee bar culture, its own ties with the new generation of fashion students. And it was marked by a geographical confluence of interests" (6)

"A rock generation after Pink Floyd, the Sex Pistols' first gig was an art school dance too; here was the only audience that would appreciate the aesthetics of incompetence, would dance or jeer with glee at the inversion of style" (7)

Punk y psicodelia compartían pues, un *efluvio romántico* manifiesto en sus propuestas a contracorriente. Las diferencias estribaron en torno a los enfoques con los que dirigieron esos ataques.

“la cultura juvenil hippie fue una respuesta de clase media a la opulencia, el punk una respuesta de clase trabajadora a la descomposición, pero ambas respuestas fueron arbitradas por estudiantes de arte (...) emergió no directamente de sus insostenibles posiciones sino de las usuales contradicciones del arte de vanguardia: como equilibrar el éxito público contra la 'verdad' privada, como comunicar la estética del rechazo” (8)

Las escuelas de arte se presentaban como un lugar en el que tradición y vanguardia se daban de la mano. Las respuestas a las contradicciones creativas entre independencia y adherencia al mercado, fueron parcialmente resueltas.

La interacción entre rock y arte comenzó, a mediados de los sesenta, en dos focos fundamentales: Nueva York y Londres. Ambas ciudades presentaron las dos caras de la misma moneda en esta simbiosis.

La primera generación de músicos procedentes de las escuelas de arte poseía la llamada *actitud bohemia*, y fueron sucedidos por una segunda que recurrió a teorías artísticas en el avance y ejecución de sus obras. El rock autoconsciente de su capacidad de artística tuvo una repercusión especial en materia visual: portadas de discos, carteles y puestas en escena se presentaron como nuevos soportes en los que emplear motivos y procedimientos aprendidos o tomados de la escuela de arte.



The Who sell out (contraportada), 1967

“La actitud artística en el rock de los 60 tendía a tener más que ver con la manera que los grupos se presentaban o empaquetaban sus discos, junto a una generalizada sensibilidad bohemia y romántica que envolvía la música. Así que mientras Pete Townshend prestaba la idea de machacar guitarras del arte autodestructivo de Gustav Metzger, y la influencia de la escuela Pop Art británica cubría The Who Sell Out, la auténtica sustancia de la música de The Who permaneció en rhythm and blues amplificado” (9)

“The sociological assumption was (and is) that hippie youth culture was a middle-class response to affluence, punk a working class response to decay, but both responses were mediated by art (...) arose not directly from their untenable positions but from the usual contradictions of avant-garde art: how to balance public success against private 'truth', how to communicate the aesthetic of refusal” (8)

“The artiness in '60s rock tended to have more to do with the way groups presented themselves or packaged their records, along with a generalized bohemian and romantic sensibility that enfolded the music. So while Pete Townshend borrowed the idea of guitar-smashing from Gustav Metzger's auto-destructive art, and the influence of the British school of pop art suffused The Who Sell Out, the actual substance of The Who's music remained amped-up rhythm and blues.” (9)

Algunas escuelas de arte y profesores

Sid Cup Art School (Keith Richards)
Kingston (Yardbirds)
Wimbledon
Sutton (Jimmy Page)
Hoksmney Art School (Dave Davies)
Ealing College (Pete Townshend, Freddie Mercury)
Harrow (Malcolm McLaren)
Liverpool college of art (Lennon)

Otros estudiantes: Chris Dreja (Yardbirds), Eric Clapton, Donovan

Algunos profesores: Richard Hamilton, Victor Pasmore, Eduardo Paolozzi, Harry Thubron, Alan Davie, Tom Hudson, Zandra Rhodes

3-3-2 LA TRADICIÓN ROMÁNTICA

La idea de autenticidad en el rock proviene de la noción romántica de la creatividad. Esta fue, citando a Jon Stratton, adoptada por la industria discográfica: *“El romanticismo, pese a que vivió siendo opuesto a las preocupaciones capitalistas basadas en la racionalidad y la estandarización, de hecho apoyó al capitalismo proveyéndolo una razón activa para la invención y un nutritivo énfasis en lo individual que permitió a los productos culturales ser vistos como algo más que simples mercancías”* (10)

La renovación de la universidad británica se basó en el grado Dip. AD. Equilibró la balanza entre experimentación libre y conocimientos académicos. La historia de una tradición romántica heroica, con una serie de artistas luchadores por su expresión y su causa, permitió a los nuevos estudiantes de arte acrecentar sus ansias en pos de la autenticidad.

En 1967, el año donde el hippismo y la psicodelia alcanzaron su cenit, el rock se intelectualizó, alcanzando la madurez de un proceso que lo llevó a convertirse en movimiento cultural. Los referentes para esta nueva etapa en el movimiento rock no eran músicos, sino artistas, y si estos tenían un aura romántica a su alrededor, la validez y admiración aumentaban.

Con la asimilación de la ideología del arte pop eclosionó el glam de principios de los setenta. Sus aires hedonistas renovaron también las pretensiones románticas de otro tipo de rock: el progresivo.

“Como Bowie, Ferry estaba interesado en el pop como arte comercial, con su empaquetado, sus procesos de ventas. (...). Lo que hicieron, irónicamente, fue redefinir el rock progresivo, revitalizando la idea del artista romántico en términos de fama mediática. Habiéndose inventado asímismos como estrellas del pop, Bowie y Ferry le dieron sentido en los antiguos términos de creatividad rock” (11)



Bryan Ferry, 1973



David Bowie, 1973

“Romanticism, whilst lived as being in opposition to capitalist concerns founded on rationality and standardisation, in fact supports capitalism by providing both an enabling rationale for invention and a sustaining emphasis on the individual which allows cultural products to be viewed as something other than simply commodities” (10)

“Like Bowie, Ferry was concerned with pop as commercial art, with its packaging, its sales process. (...). What they did, ironically, was redefine progressive rock, revitalizing the idea of the Romantic artist in terms of media fame. Having invented themselves as pop stars, Bowie and Ferry were made sense of in the old terms of rock creativity.” (12)

Para obtener la solución a la contradicción creativa que suponía perseguir un estrellato comercial hermanado con la autenticidad artística, el Rock generó un estilo donde concepto y visualidad avanzarían a un punto de distinción respecto a lo meramente comercial. El rock psicodélico y sus sucesores progresivos y sinfónicos representaron unos encuadres creativos serios y ambiciosos que distaban del puro entretenimiento. El éxito que algunas de estas bandas alcanzaron durante la primera mitad de los setenta, con conciertos multitudinarios y unos despliegues visuales sin precedentes, fue una prueba fehaciente. Sin embargo, también trajo consigo un elitismo que alejó al rock de su habitual cauce de conexión para con la juventud y el espíritu rebelde presupuesto a ésta.



Genesis en la época de *The lamb lies down on Broadway*, 1974-75

Citas y Bibliografía

1. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 28
2. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 40
3. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 80
4. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 90
5. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 76
6. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 86-87
7. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 58
8. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 60-61
9. *Sympathy for the devil – Art and Rock and Roll since 1967*, Molon, Dominic & VVAA – Pág. 81
10. *Psychedelic: Optical and Visionary Art since the 1960s*, S. Rubin, David, C. Morgan Robert y Pinchbeck, David – Pág. 51
11. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 149

3-4 LA CONCIENCIACIÓN ARTÍSTICA DEL ROCK

3-4-1 DEJAR HUELLA Y SER DIFERENTE

"Cuando eres niño crees que lo sabes todo. Yo tenía la sensación de tener ante mis ojos la realidad de la existencia humana, y que el resto del mundo vivía una ilusión. La mejor forma de llegar a esa gente, pensé yo, era con una banda de rock and roll. Yo quería derribar las convenciones y mentiras de la cultura de masas " (1)

Richard Meyers, (Television)

Observando la progresiva suma de ambiciones que el rock fue desplegando según avanzaban los sesenta, comprobamos como éstas dieron paso a un conjunto dispar de actitudes y mecanismos con los que poder dejar huella. Nuestra sociedad está condicionada decisivamente por la sobresaturación informativa. Una "cultura de la congestión", según Robert Hughes (crítico de arte australiano, autor de *El impacto de lo nuevo*), que reemplazaría un pasado en el que la naturaleza y sus imágenes se situaban como centro del arte, donde la unicidad de la obra y el silencio a su alrededor acarrearán una mayor dosis de reflexión.

Ante esta saturación, el fin es destacar mediante mecanismos que ayuden a descontextualizar el producto de entre el maremágnum existente. En el rock, el nombre de una banda o solista tiene un papel relevante: De él partirá todo un caudal simbólico e iconográfico a modo de apoyo. La recurrencia al error ortográfico (Beatles, en lugar de *Beetles*, o Monkees, en lugar de *Monkeys*), el ensamblaje terminológico (Pink Floyd, procedente de los nombres de dos bluesmen) o el juego provocativo (Sex Pistols), son varios de los mecanismos más repetidos.

Cream, el primer *supergrupo* británico, fue consciente del poder de la imagen cómo reflejo de unas pretensiones que ahondaban más allá de lo presupuesto al rock.

Marcus Greil, en referencia a The Doors, cita a Manny Farber, quién hablaba de arte térmita:

"un arte que "explora su camino a través de los muros de la particularización, sin signo de que el artista tenga ningún objeto en mente más que socavar los confines inmediatos de su arte y convertir dichos confines en las circunstancias del siguiente objetivo" (2)



Cream, *Disraeli Gears*, 1967

Una exploración constante con la que abrir nuevas puertas.. Un tipo de arte, en el que el rock podría encuadrarse, generador de una dinámica de subversión - regresión natural con la que avanzar basada en el adelanto vanguardista o la revisión nostálgica.

"la música era necesitada, ahora, para simbolizar y expresar el sentimiento de una nueva generación que podía encarnar el auténtico cambio político y cultural. El pop convirtió al rock y los músicos redefinieron su práctica. El 'art' rock - el fondo musical de la contracultura - no estaba preocupado en 'reflejar' las ideas de una comunidad más amplia, fue la fuente de un fervor misionero sobre consumo, ocio y estilo" (3)

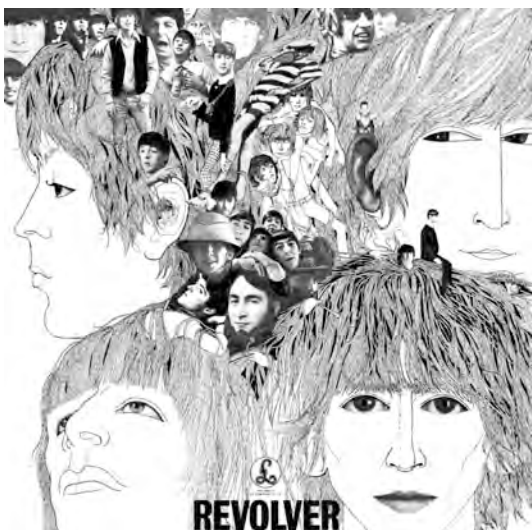
3-4-2 LAS PRETENSIONES RENOVADORAS DEL ROCK

Fue en los sesenta donde el rock pasó de ser un mero entretenimiento a un vehículo expresivo con plena vigencia artística. Barry Miles subraya a The Beatles como principales hostigadores de este hecho. Hacia 1963, la llegada de tres de los protagonistas más importantes de la historia del rock (Beatles, Rolling Stones y Bob Dylan) advirtió acerca de las posibilidades artísticas en el ejercicio rock. Un abandono de lo inocente e infantil. En palabras de Simon Reynolds, aquel año:

"(...) comenzó el rock como Arte, el rock como Revolución, el rock como Bohemia, el rock como Forma Innovadora Autoconsciente" (4)

Xabier Moreno (periodista y locutor de *Radio 3*) analiza al movimiento rock, dentro del *establishment* americano. Una concatenación de factores contradictorios:

"El rock and roll, más que cualquier otro arte, llegó a ser la expresión principal de esa comunidad porque era el rock, maquinaria incluida, el bello milagro de la producción en masa americano. Un pasado mítico, una fantasía global, un sistema de comunicación instantáneo, y una fábrica de superhéroes. No hay manera posible de combinar todo eso con la idea de que se haga también con gente sencilla" (5)



The Beatles, *Revolver*, 1966



The Beatles, *Sgt. Pepper's*, 1967

"music was needed, now, to symbolize and express the feeling of a new generation that it could embody real cultural and political change. Pop became rock and musicians redefined their practice. 'Art' rock - the musical background to the counter-culture - was not concerned to 'reflect' the ideas of a wider community, it was a source of missionary zeal about consumption, leisure and style" (3)

The Beatles se habían retirado de los escenarios en 1966. La ausencia de giras y conciertos, unida a sus ansias investigadoras (en consonancia con lo que estaba empezando a producirse a escala global en el “planeta” rock) los llevó a cuidar al detalle sus propuestas musicales, y por ende, también las visuales.

La portada de *Revolver* (1966), es un intrincado collage donde las siluetas de sus componentes, trazadas con un toque *art nouveau*, se acompañan de recortes fotográficos y dibujos. Y con la llegada de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, la colaboración con Peter Blake engendró una de las tapas más famosas de la historia de la música. Este disco aportó un carácter serio a la escena rock, influyendo a la siguiente generación. Los jóvenes que contaban con 20 años entonces vieron nuevas posibilidades creativas y un carácter más profundo en la creación. Si en 1965, The Who habían cantado a la juventud en *My Generation*, apenas dos años después, The Beatles vaticinaban un futuro a largo plazo en *When I'm 64* (cuando tenga 64) en el *Sgt. Pepper's*.

Posteriormente, The Beatles colaboraron con Richard Hamilton en la portada de *The Beatles* (1968), también conocido como *White Album*; en la que el artista utilizó un fondo blanco que chocaba diametralmente con el abigarrado collage colorista de Blake.

Barry Miles insiste en una naturaleza artística que el rock alcanza en esta época. El periodista estadounidense proclama la existencia de este fenómeno previamente: *“Ya no se hablaba de pop, se trataba de un nuevo tipo de arte. Por supuesto, muchas formas artísticas siguen este proceso. El cine empezó como un mero entretenimiento, igual que la ópera o la fotografía, pero conforme los artistas fueron viendo el potencial del medio éste empezó a desarrollarse por otros derroteros”* (6)

El rock se valió de un contexto en el que la cotidianeidad y sus objetos eran recursos válidos y en boga para hacer arte. Entre comienzos y mediados de los años sesenta, el arte pop se había asentado como una de las corrientes principales del arte contemporáneo. Ello, unido a la formación artística e inquietudes despertadas en los músicos de rock, bastó para producir un cambio consciente en las intenciones de éstos. Las portadas de los discos, los carteles que anunciaban conciertos, o las puestas en escena, dejaron de ser escaparates para pasar a ser auténticas galerías con las que poder exponer un torrente ideológico e iconográfico que diera de la mano a intencionalidades mercadotécnicas y creativas al mismo tiempo.

Esta diferenciación de contenidos y objetivos hizo diferenciar entre Rock y Pop (aquí nos referimos a estilo musical), entre contenido y entretenimiento. Según Charlie Gillet:

“(...) para un amplio sector del público, la diferencia entre pop y rock era de vital importancia y la prensa musical animaba a sus lectores a ver a los intérpretes de rock como artistas, cuyas opiniones sobre cualquier tema merecían una gran atención” (7)

Gillet insiste en este punto cuando comenta que la reducción sistemática del pop a entretenimiento, a producto comercial del sistema, elevó al rock a objeto artístico. Aún sujeto también a los designios de un sistema mercantil que se fue apropiando de su ímpetu revolucionario, el rock ha visto como su antagonismo con el pop ha beneficiado su acceso a un público ávido de mayor alcurnia en diferentes niveles. Esto redundó en unas señas de identidad visuales que tradujeron la pertenencia a un grupo diferenciado de la masa.

“El público del rock empezó a verse a sí mismo como una tribu y adoptó todo tipo de adornos visuales y ropajes personales para asegurarse de que sus connotaciones quedasen claras para todos: no sólo para establecer un compañerismo con otros de gustos parecidos, sino para declararse distintos al resto del mundo” (8)



The Soft Machine, 1968

Estas intenciones provocaron que los nombres de los grupos empezaran a mostrar connotaciones trascendentes, como fue el caso de The Doors, tomado de *Las puertas de la percepción*, libro de Aldous Huxley que a su vez tomó el nombre de una frase de William Blake. O el de Soft Machine, que era el nombre de un libro de William Burroughs.

También el recurso de combinar dos o más conceptos, en detrimento del sustantivo individual: Quicksilver Messenger Service o Jefferson Airplane. Inspiración para los *alter ego* de los Beatles de *Sargent Pepper's*.

El blues, como ya estudiamos, fue tomado como un factor serio para poder desarrollar unas creaciones más maduras.

Tener como ídolos a gente que había nacido las primeras décadas del siglo XX (Muddy Waters, Miles Davis, John Lee Hoker, etc.) ofreció una nueva perspectiva: ya no me interesa la gente joven. Un punto que se ofrece clave para entender el cambio y como el rock derivó hacia una manera más seria de hacer música y arte.

3-4-3 ÓPERAS ROCK

La autoconsciencia del rock como forma de hacer arte, dio a los discos un status de importancia no conocido anteriormente. Éstos dejaron de ser una colección de canciones, pasando a ser productos que hermanaban música cada vez más ambiciosa, intrincados conceptos, y un planteamiento visual y gráfico muy elaborado. El avance de las ambiciones rock tuvo un impulso notable en las llamadas *óperas rock*. El disco de Love *Da Capo* contenía una canción que ocupaba una cara entera. *In a gadda da vida* de Iron Butterfly se extendía hasta los casi veinte minutos, *The End* de The Doors hasta el cuarto de hora.

Pete Townshend de The Who, citado (erróneamente) como autor de la primera *ópera rock* (*Tommy*, 1969) comenta:

“Creo que la *ópera rock* o que las canciones enlazadas para contar una historia era un concepto que ya se insinuaba en *Sgt. Pepper* y en *Pet Sounds*” (9)



Love, *Da Capo*, 1966 / Iron Butterfly, *In a gadda da vida*, 1968
The Pretty things, *S.F. Sorrow*, 1968 / Nirvana, *The Story of Simon Simopath* (1967)

S.F. Sorrow (1968) de The Pretty Things contenía un hilo narrativo ausente en los discos citados por Townshend, y lo señalan como posible candidato a primer trabajo creado bajo un parámetro rock *conceptual*. Otros trabajos cómo *On the flip side* (1966), de Bacharach y David, o el single *Excerpt from a Teenage Opera* (1967), de Keith West, *Odgen's Nut Gone Flake* (1968), de los Faces, *The Story of Simon Simopath* (1967) de Nirvana, el disco de debut de Five Day Week *Straw People* (1968) o los anticipos operísticos de The Who en *A Quick One while he's away* (1966), señalan una tendencia marcada por los planteamientos narrativo - conceptuales con los que la vanguardia rock de los años sesenta se enfrentaba a sus creaciones.

La evolución y desarrollo de estos presupuestos creativos desembocó en la gestación de los musicales, grandes producciones entre las que destacaron *Hair* y *Jesuschrist Superstar*. Estrenadas entre finales de los 60 y comienzos de los 70, aprovecharon el tirón contracultural para revisar la moral y estéticas de la época.

"Con Hair llegó la Era de Acuario, la libertad y uno de los grandes clímax hippies. Con Hair se produjo una revolución escénica y musical tanto como conceptual. Con Hair estalló el latido de una generación. Porque Hair cambió no pocas cosas de las formas de fines de los años sesenta y significó un profundo proceso de revisión moral, ética y social" (10)



Hair, 1967

Andy Warhol aportó un tono crítico al juzgar estas creaciones:

"Ambos Hair y la Rolling Stone dieron la justa mezcla de contracultura y escurridiza comercialidad para ganar grandes sumas en el nuevo mercado juvenil.

Hair extendía la idea de que el nuevo gran culto juvenil había sucedido gracias a que la era de Piscis acababa y la nueva era de Acuario comenzaba - y ciertamente parecía que los chavales se iban a hacer cargo. Hubo muchos nuevos negocios a explorar, así que muchos tipos de gente necesitó revistas y películas y música con los que identificarse" (11)

"Both Hair and Rolling Stone hit the right mixture of counterculture and slick commercialism to cash in big on the new youth market.

Hair spread the idea that the big new youth cult had happened thanks to the Piscean Age finishing and the Aquarian Age coming - and it certainly did look like the kids were taking over. There were so many new business markets to explore, so many new types of people needing magazines and movies and music to identify with." (11)

Citas y Bibliografía

1. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 130
2. *Escuchando a The Doors*, Marcus, Greil – Pág. 16
3. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 56-57
4. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon – Pág. 413
5. *The Grateful Dead - Pioneros de la Psicodelia*, Moreno, Xabier – Pág. 106-107
6. *Hippie*, Miles, Barry – Pág. 18
7. *Historia del Rock – El sonido de la ciudad (Vol. 2 - Desde los Beatles hasta los años 70)*, Gillett, Charlie – Pág. 152
8. *Historia del Rock – El sonido de la ciudad (Vol. 2 - Desde los Beatles hasta los años 70)*, Gillett, Charlie – Pág. 180-181
9. *Los discos del cambio: Los álbumes que marcaron la historia del pop – rock*, VVAA – Pág. 130
10. *La Era Rock (1953 - 2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pág. 191
11. *Popism – The Warhol '60s*, Warhol, Andy & Hackett, Pat – Pág. 249

3-5 ARTE PERIFÉRICO

Denominamos “arte periférico” a aquellas manifestaciones artísticas situadas al margen de las corrientes principales del arte. En este capítulo nos detenemos en varias fenomenologías contemporáneas al movimiento rock que estudiamos.

3-5-1 EL ARTE VISIONARIO DE LOS 60

A finales de los 60 floreció un arte que, hostigado por el éxito de la Psicodelia, contribuyó a expandir la *Tradición Visionaria*. Artistas expresionistas abstractos como Mark Tobey habían establecido un precedente en su relación con la generación beat.

Las ansias de estos artistas buscaban trascender el campo de lo estético. Distaban del acomodamiento de la oficialidad y perseguían una regeneración. En palabras de Thomas Albright (escritor americano, autor de *Art in the San Francisco Bay Area, 1945 - 1980*):

"Reaccionando contra el creciente desapego, refinamiento, y abstracción de la pintura y escultura populares, se preocuparon prioritariamente de restaurar el "contenido" al arte, haciendo del arte un instrumento de comunicación espiritual y renovación" (1)

Albright recalca el contraste en la elección que estos artistas hicieron, decantándose por el pequeño formato en lugar de las enormes obras de los artistas oficiales del momento. Asimismo, aunque se enmarcaban en la *tradición visionaria* a la que habían pertenecido Simbolismo y Surrealismo, se distanciaron de éstos evitando los recursos tendentes a la irracionalidad y el inconsciente personal. Estaban más interesados por unos códigos simbólicos universales como los mandalas o paisajes ensoñados reminiscentes a un estado utópico de la humanidad.

Algunos de estos artistas fueron: Norman Stieglmeyer, Bill Martin, Gage Taylor y Wilfried Sätty.



Norman Stieglmeyer, *Paisaje mental*, 1967-77

"Reacting against the increasing detachment, refinement, and abstraction of mainstream painting and sculpture, they were primarily concerned with restoring "content" to art, with making art an instrument of spiritual communication and renewal" (1)

3-5-2 EL MODELO PRIMITIVO, LA COLECTIVIDAD Y EL TÉRMINO "INFORME"

La afinidad que la contracultura en general y los hippies en particular sintieron hacia lo exótico devino en un culto hacia el primitivismo. Una unidad que según Albright, dio de la mano el ideal de Rousseau de regreso a la naturaleza junto a un énfasis en el pensamiento y modo de vida holístico. Un sentimiento colectivo, propio del rock:

"La expresión colectiva y frecuentemente anónima fue enfatizada. El jazz, casi siempre mayoritariamente un arte de solista, dio paso a la música rock, que fue construida en un concepto más integrado, enfatizando texturas que se alzaron en verticales bloques de sonido. Los grupos que actuaron tenían nombres colectivos, tocaban juntos durante largos periodos de tiempo, y a veces también vivían juntos" (2)

Albright se detiene en la preocupación que los artistas visuales tenían en torno a un concepto de inconsciencia colectiva. Como ya hemos citado, los artistas visionarios no estuvieron tan apegados a la fantasía personal de los surrealistas, más bien tenían un ideal global. Este, en palabras de Albright, *eclecticismo internacional*, provocó la llegada de los orientalismos.

"El énfasis sobre la expresión colectiva fue acompañado por un resurgir del eclecticismo internacional - desaprobado por artistas en los 'compra americano' años de la posguerra - en una escala que había visto pocos paralelos desde la síntesis de las tradiciones orientales, egipcias y mayas en el Art Decó de los años 20. Hubo un influjo de elementos de religión no-occidental y filosofía que bastamente extendieron y multiplicaron las tempranas infusiones del Zen" (3)

Christoph Grunenberg (historiador del arte alemán) señala que la *informidad* tiene unas propiedades desestabilizadores muy apropiadas para resistir cualquier tipo de categorización.

"La contracultura jugó con las posibilidades provocativas de la suciedad deliberada, empleando el motivado ecológicamente regreso a la tierra como un medio para perturbar la obsesión burguesa con 'la servil conformidad del vestido' y degradando el 'acicalamiento'. La penetrante informidad de la psicodelia funcionó como una visualización directa del espíritu de la individualidad y la liberación y fue percibida como una oposición frente a las restricciones del rígido orden social, la autoridad represiva de la moralidad convencional y los mecanismos reguladores del dominante sistema capitalista en la cima de su desarrollo" (4)

"Collective and frequently anonymous expression was emphasized. Jazz, always chiefly a soloists' art, gave way to rock music, which was built on a more integrated concept, emphasizing textures that rose in vertical blocks of sound. The groups that performed it had collective names, played together over long periods of time, and sometimes also lived together" (2)

"The emphasis on collective expression was accompanied by a resurgence of internationalist eclecticism - frowned on by artists in the "buy American" postwar years - on a scale that had seen few parallels since the synthesis of Oriental, Egyptian, and Mayan traditions in the Art Deco of the 1920s. There was an influx of elements of non-Western religion and philosophy that vastly extended and multiplied the earlier infusions of Zen" (3)

"The counterculture played with the provocative possibilities of deliberate dirtiness, employing the ecologically motivated return to the earth as a mean to disturb the bourgeois obsession with 'slavish conformities of dress' and degrading 'grooming'. The pervasive formlessness of psychedelia functioned as a direct visualisation of the spirit of individuality and liberation and was perceived as clearly opposing the constraints of rigid social order, the repressive authority of conventional morality and the regulative mechanisms of the dominant capitalist system at the height of its development" (4)

3-5-3 LA DICUSIÓN DEL COLORISMO EN LOS AÑOS 60

La sociedad de consumo estadounidense, desarrollada durante los cincuenta (y que, como ya estudiamos, empezó a desplegar unas marcas visuales muy tendentes a lo decorativo y ostentoso, como mostraron las gramolas, los coches, así como los atuendos de las estrellas de rock) generó un nuevo contexto al que muchos artistas se sintieron atraídos. Citando como ejemplos las abstracciones *Day-Glo* de Frank Stella, Ken Johnson comenta:

"tuvo menos que ver con drogas alucinógenas que con un nuevo y eléctrico ambiente cromáticamente saturado consistente no sólo en películas Technicolor y televisión a color sino en todo tipo de nuevos productos de consumo brillantes desde coches a aspiradoras" (5)



Frank Stella, *Harran II*, 1967



Victor Vasarely, *Homenaje al hexágono*, 1965

"had less to do with hallucinogenic drugs than with a new chromatically supersaturated and electrified visual environment consisting not only of Technicolor movies and color television but of all kinds of shiny new consumer products from cars to vacuum cleaners" (5)

El arte óptico, (término aparecido por primera vez en la revista *Time*, en 1964), y que tenía representantes como Josef Albers (profesor de, entre otros, John Cage, Cy Twombly o Robert Rauschenberg) o Victor Vasarely; conoció gran popularidad mediada la década de los 60. Especialmente gracias a la exposición *The Responsive Eye* celebrada en el MOMA en 1965. La influencia del arte óptico se dejó notar en la estética de prensa y publicidad de la época. Cabe preguntarse si la Psicodelia no hizo sino enfatizar y brindar nuevas posibilidades a una vía, la del color saturado, el brillo y lo decorativo, que ya estaba en pleno crecimiento.

Por otra parte, Johnson coincide con Robert Hughes en la sobresaturación icónica a la que nos vemos abocados en la contemporaneidad. Pintores como James Rosenquist han hecho de esta sobreabundancia el foco de sus propuestas:

"Los medios de comunicación nos recordaban constantemente que vivíamos en una utopía material. Teníamos abridores eléctricos, lavavajillas, coches de dos colores, aparatos de televisión - había todo eso. La idea promovida era que todo el mundo debería ser dinámico y feliz y podía hacer todo lo que quisiera: dos coches y medio, tres niños y medio y un todo instantáneo. La gente se aferra a la idea de su propia utopía personal. Cada anuncio en cada revista y en la televisión te está diciendo que puedes comprar la felicidad por fascículos" (6)



James Rosenquist, *F-111* (fragmento), 1964-65

Johnson se detiene en la colosal obra de Rosenquist *F-111*, paradoja del incongruente modo de vida norteamericano, que reflexiona sobre los puntos que su propio autor hablaba en el párrafo anterior; concluyendo como los 60 trajeron consigo una nueva forma de pensamiento para los artistas.

"Nunca más sería la misión del artista avanzar el estilo. La nueva frontera sería la consciencia en sí misma, los límites que los artistas intentarían exceder por cualquier medio necesario. Tienes que romper un agujero a través del muro que bloquea tu mente" (7)

"the media constantly reminded us that we lived in a material utopia. We had electric can openers, dishwashers, two-tone cars, television sets- there was all this stuff. The idea being promoted was that everybody should be peppy and happy and could have everything they wanted: two and a half cars, three and a half children and instant everything. People clung to the idea of their own personal utopia, which had been fused in the American imagination onto commercial products. Every ad in every magazine and TV commercial was telling you that you could buy happiness on the installment plan" (6)

"No longer would it be the artist's mission to advance style. The new frontier would be consciousness itself, the limits of which artists would try to exceed by any means necessary. You have to punch a hole through the wall that blocks your mind" (7)

Citas y Bibliografía

1. *Psychedelic: Optical and Visionary Art since the 1960s*, S. Rubin, David, C. Morgan Robert y Pinchbeck, David – Pág. 16
2. *Art in the San Francisco Bay Area: 1945 – 1980, An Illustrated History*, Albright, Thomas – Pág. 166
3. *Art in the San Francisco Bay Area: 1945 – 1980, An Illustrated History*, Albright, Thomas – Pág. 166-169
4. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 38
5. *Are you experienced? - How psychedelic consciousness transformed Modern Art*, Johnson, Ken – Pág. 76
6. *Are you experienced? - How psychedelic consciousness transformed Modern Art*, Johnson, Ken – Pág. 76-77
7. *Are you experienced? - How psychedelic consciousness transformed Modern Art*, Johnson, Ken – Pág. 78-79 , VVAA

3-6 ARTE POP

3-6-1 GENERALIDADES

El arte pop otorgó valoración estética a mercancías producidas en masa. La relación que este movimiento artístico forma con el rock se establece en unos fines y métodos paralelos.

Para Simon Reynolds, el arte pop y el rock poseen unas *energías vitales* opuestas a lo que se presupone para un museo: muestras de objetos concretos. Afirmación sujeta a aquellos periodos de renovación donde el énfasis está puesto en “barrer” lo establecido. Una vez las ansias renovadoras se estabilizan, comienzan los revisionismos y de ahí, la museificación.

“Que el rock and roll y el pop surjan en un mismo paréntesis histórico es una notable simbiosis cuya premisa más acusada la hallamos en la misma sociedad de los años cincuenta. La generación de la posguerra por un lado, la necesidad de hallar sus propios campos de expresión, a todos los niveles, y el desarrollo de los medios de comunicación de masas, con la expansión popular que promovieron, son la auténtica raíz del cambio que se inicia a comienzos de los años cincuenta y que halla su más importante expansión y consolidación a lo largo de los años sesenta” (1)

Terminada la II Guerra Mundial, y gracias a la difusión general que los medios de comunicación hicieron de la cultura popular, ésta encontró en arte pop y rock dos medios difusores de una doctrina basada en el consumo.

Como comenta Jordi Sierra i Fabra, el cambio es tal, que *“de los cientos de personas que podían entrar en un teatro se pasaría a los miles que asistirían a los macrofestivales de Woodstock o Wight” (2)*

Arte pop y rock emergen al mismo tiempo, a mediados de los 50. Sierra i Fabra nombra a Leslie Fiedler y Reyner Banham como autores del término:

“La libertad promovida por el pop art desbordó la creatividad en todos sus márgenes. Fue el pistoletazo de salida del “todo vale”. Lo “vulgar” se hizo normal. “Bueno” o “malo” dejaron de ser conceptos absolutos para convertirse en “gusta” o “no gusta” (3)

“Aunque emergidas por diferentes razones y de diferentes condiciones, la explosión de la música rock en la escena americana y la formulación de los cánones del arte pop en Gran Bretaña tuvieron lugar al mismo tiempo, de este modo preparando los cimientos para futuras y fructíferas osmosis. Aparte, es curioso anotar que las sucesivas elaboraciones de esos principios fueron completados en el lugar opuesto a su nacimiento: la música rock se desarrolló sobre todo en Inglaterra, como hizo el arte Pop en América” (4)

En el nuevo contexto fundado a partir del fenómeno pop, lo común y ordinario pasa a ser modélico. Un paradigma basado en el consumo constante, la difusión por medio de los medios de comunicación y su reconversión para alcanzar nuevos consumidores. El factor más importante reside en las masas: Masas de consumidores, masas de productos y masas de información para que los anteriores se interrelacionen.

“Though arising for different reasons and from different conditions, the explosion of rock music onto the American scene and the formulation of pop art canons in Great Britain took place at around the same time, thereby laying the foundations for future and fruitful creative osmosis. As an aside, it’s curious to note that the successive elaborations of those principles were carried out in the opposite place of their birth: rock music developed above all in England, as did pop art in America.” (4)

Este ciclo se regenerará por sí mismo, fabricando lo que Sierra i Fabra denomina nuevos símbolos. Éste traza un interesante apunte sobre la asequibilidad en torno al consumo y la creación rock, que nos permite vislumbrar como el rock complementaría al pop:

“En música estos símbolos fueron las estrellas capaces de mover masas y vender millones de discos, Elvis Presley o Beatles. Eran el modelo no ya a imitar, sino a seguir. Miles de adolescentes quisieron ser cantantes y hacerse famosos. El star system no era algo nuevo, lo había desarrollado Hollywood desde su Fábrica de Sueños, pero el pop los hizo más asequibles” (5)

A partir de los años cincuenta, el epicentro del arte mundial pasó de París a Nueva York. Las vanguardias modernas, que habían ido marcando la pauta en el mundo del arte desde comienzos del siglo XX parecían desvanecerse. Sin embargo, su eco se dejó notar. El arte pop fue una de las herramientas más útiles para la difusión del sistema capitalista dentro del contexto sociopolítico de la época. El momento anterior a la consolidación del arte pop estuvo marcado por una clara distinción entre la cultura popular y la elitista. Los propios artistas veían como *capitulación* arrimarse a estéticas y mecanismos característicos del gusto kitsch. Robert Hughes cita a la película de Disney *Fantasia* (1940) como *el primer tenue destello de otra actitud*, en el momento que Mickey Mouse saluda con la mano al director de orquesta Leopold Stokowski.



Walt Disney, *Fantasia*, 1940

Fue en Gran Bretaña, donde jóvenes artistas se dejaron seducir por los ornamentados productos de consumo norteamericanos, extendidos por Europa. Hughes propone dos causas fundamentales:

- La multiplicidad en las alternativas culturales, hecho facilitado por la masificación reproductiva
- La sustitución de los medios tradicionales (literatura, pintura, escultura) por nuevos como televisión, cine y discos de música popular

Asimismo, recordando al crítico inglés Lawrence Alloway, insiste en los efectos de la reproducción en serie y la descripción de los hábitos sociales:

“Las técnicas de la fabricación en serie, aplicadas a las palabras, las imágenes y la música que se pueden repetir con precisión, han dado como resultado una multitud disponible de signos y símbolos. Acercarse a este campo explosivo con ideas basadas en el renacimiento de la singularidad del arte es agobiante. La aceptación de los medios de comunicación implica un cambio en nuestra noción de qué es la cultura. En vez de reservar la palabra para los artefactos más elevados y los diez principales conceptos, los más nobles de la historia, hay que usarla más ampliamente para describir “lo que hace la sociedad” (6)

El arte Pop británico surgió alrededor del *Independent Group del Institute of Contemporary Art* londinense, a comienzos de la década de los 50. Sin un fin claro, y con orígenes diversos, los miembros de este grupo, entre cuyos componentes estaba Richard Hamilton, discutían y creaban obras que los mantenían apegados a temas allende la periferia del arte. De acuerdo a Tilman Osterwald (escritor alemán, autor de *Pop Art*) *“combinaron el desarrollo del Pop Art con una interpretación interdisciplinar, crítica y de acuerdo con la época, de las teorías progresistas, los conceptos tecnológicos y las ciencias de la comunicación” (7)*

Osterworld insiste en como el diseño se convierte en *rasgo trascendental de la época*. La creación de tipos estéticos se traduce en una ramificación de modelos aplicables a objetos, mecanismos mercadotécnicos y a las propias personas.

Osterworld señala además que los artistas fueron atraídos por parte de un diseño al servicio de la sociedad de consumo. Depurando los procesos creativos del diseño publicitario e independizándolos de sus funciones, crearon con ello un nuevo campo de posibilidades artísticas. Esto no afectó sólo al campo de las artes plásticas, sino también a otros ámbitos, lo que produciría que el Rock adoptase estas dinámicas:

“El lenguaje visual se correspondía con un desarrollo del lenguaje coloquial en el que los slogans publicitarios se emanciparon artísticamente. La música, el cine y los otros artes reaccionaron de un modo similar” (8)

El arte pop fue contemporáneo de más movimientos artísticos que también compartieron intelectualización y objetividad, cómo comenta Osterworld. Así, *Colourfield Painting, Hardedge, Minimal Art* y arte óptico (*Op Art*), compartieron ciertas premisas formales y/o conceptuales. Sin embargo, el arte pop tuvo dos implicaciones fundamentales:

- Desarrollar una estética de producción en masa
- Aplicar estas lecciones estéticas propias del consumo de masas, en discursos individuales

El pop, liquidó la pose del artista vanguardista. Al eliminar las fronteras entre alta y baja cultura, creó un nuevo paradigma donde el conjunto general de la cultura visual era tomado como arte.

Lo básico era el aspecto perceptivo, no creativo. En la medida que algo sea tomado como artístico, automáticamente lo es. A su vez, los elementos que componen la vida diaria se vuelven trascendentales, y lo publicitario, artístico.

Sin embargo, tal y como Hughes apunta, la brecha entre alta y baja cultura no se llegó a cerrar. El arte pop demandaba su presencia en galerías y museos para ser tomado como arte, y no como un producto más. La revalorización de lo trivial pudo

ser fuente de inspiración, pero también exigió el asentamiento de los trabajos pop en un contexto que les hiciera permanecer incólumes como objetos artísticos
"En la calle, la verdadera cultura de masas simplemente habría aplastado a su primo que vivía de la ironía. Ese vacío entre el arte y la vida no se cerraba, y no se pudo cerrar. (...) en una cultura de comunicación de masas, el arte sólo puede sobrevivir de dos maneras: a hurtadillas, o viviendo en esas reservas naturales que llamamos museos" (9)

La "cantera" de artistas pop se fundó sobre diseñadores y publicitarios reconvertidos en artistas. Aprovechando su formación, emplearon lenguajes propios de la publicidad y el diseño, disolviendo las fronteras entre arte de alto *standing* y periferia artística. Greil opina que ésta protagoniza un camino infinito de interrelaciones entre gente y mercado llevadas a un contexto artístico. Toda simbología cotidiana tenía cabida, especialmente cuanto más popular fuera ésta, de ahí que las banderas, sobre todo la estadounidense, fueran objeto común en las obras artísticas.



The Velvet Underground y Andy Warhol, 1967

Osterworld sostiene que el hallazgo de los artistas Pop consistió en percatarse de la recurrencia de los medios de comunicación y la publicidad en el arte para poder amplificar su efecto. Revirtiendo este proceso, lograron abolir las fronteras entre común y sagrado, entre bajo y alto.

"Al banalizar el "arte culto" perturban las imágenes del arte y el artista que van ligadas a la ambición temática, el aura artística y la originalidad; un proceso casi increíble ante los ojos envidiosos de la sociedad: lo trivial se convierte en algo digno de ser tratado por el arte, los artistas descienden a los bajos fondos de la cultura y encuentran allí los signos y el rostro de la época con la que se identifican, a los que aman y odian. Su expuesto estatus de artistas y la trivialidad de sus cuadros provocan en el público una contradicción aparente respecto al concepto tradicional del arte: ahora el arte puede ser todo aquello que los artistas quieran" (10)

Pero no sólo se borraron estas fronteras: otra igualmente importante, la que se encuentra entre arte y audiencia, también fue parcialmente eliminada. Con ello se dieron unas consecuencias enormes en el la incipiente audiencia juvenil y en el movimiento rock.

De acuerdo a Diedrich Diederichsen (escritor y crítico musical alemán, autor de *Psicodelia y Ready made*):

"Lo que distingue el trabajo de los 60 (...) es su audiencia meta: la juventud. En los Estados Unidos, los pósters creados para los conciertos de San Francisco, los happenings de Yayoi Kusama, y los shows Exploding Plastic Inevitable de Andy Warhol respondieron a intereses juveniles y actividades, que se fusionaron en una comunidad holgadamente tejida" (11)

El panorama socio-cultural de los años sesenta se benefició de un periodo de bonanza económico del que el arte pop formó parte, contribuyendo a acrecentar este nuevo paradigma donde velocidad y consumo se dieron de la mano.

Para Philippe Garner:

"Gran parte de la población quería una gratificación visual inmediata, novedades, cambios, disponibilidad. Surgió entonces una sensibilidad visual que se denominó pop" (12)

3-6-2 LA AMERICANIZACIÓN DE LA CULTURA Y EL POP VITAL

Según Osterworld, el arte Pop ha de ser entendido como un producto genuinamente occidental y propiamente americano. Engendrado y cultivado en un contexto capitalista y recurrente en el manejo de sus herramientas productoras y difusoras. Las afirmaciones de Osterworld enlazan con la naturaleza urbanita que Gillet otorgó al rock. Las grandes ciudades anglosajonas fueron focos vanguardistas donde se produjo el desarrollo del arte pop y el rock, para posteriormente expandirse a nivel global.

Para Osterworld, la mezcla entre artes visuales, música popular y la cultura de masas, produjo lo que el crítico denomina *generación pop vital*, emparentado con la *americanización* de la cultura.

En palabras de Kim Gordon, Estados Unidos genera un mito basado en la eternidad de renovación cultural, un estado de no-historia. Un aspecto que potenció un carácter reaccionario del escenario americano. Podemos poner este dato en relación a lo ocurrido dentro del movimiento rock y su carácter regresivo, sujeto a un inmovilismo tradicional amparado en la auto-adoración a su cauce simbólico.

"El arte pop perpetuó el mito de America como una eternamente 'nueva' cultura. Su representación de América como una entidad del momento perpetuó un pseudoestado de no-historia, y el sueño americano de inocencia. En retrospectiva la mayoría del arte Pop parece haber reforzado el status quo, porque cesó de examinar a América por debajo de los íconos adoptados" (12)

Los símbolos de la época

La causa - efecto del arte pop se tradujo en una adoración hacia el *héroe* o la *estrella*. Mediante la devoción y seguimiento por parte del público, éste se auto-otorga patrones simbólicos y modélicos, y encumbra a figuras a las que brinda status de ídolos. Osterworld insiste en otorgar al arte pop un papel de sismógrafo de su época al que aludíamos anteriormente: *"crece a partir de las realidades diarias, llegará a "formar parte de ellas y ofrece la posibilidad de observar desde cerca - pero también a distancia - las relaciones y la confusión" (13)*

"What distinguishes the work of the 1960s (...) is its target audience: youth. In the United States, the posters created for San Francisco dance concerts, Yayoi Kusama's happenings, and Andy Warhol's Exploding Plastic Inevitable shows responded to youthful interests and activities, which coalesced into a loosely-knit national community" (11)

El estudio y análisis que el arte pop hizo en su contexto creó una vía de doble sentido por la que éste descubrió el caudal simbólico de su era, y a la vez lo potenció y reafirmó.



Twiggy



Jim Morrison

Para Hughes, el torrente informativo de la era pop se tradujo en una pérdida del criterio selectivo, ponderando valores cuantitativos por encima de cualitativos. De ello podemos extraer la reiteración y la fenomenología *clónica* tan en boga en el parámetro rock. En palabras de Marshall McLuhan, citado por Hughes:

"Cuando se rodea a la gente con información eléctrica la sobrecarga de información resulta fantástica. La cantidad de información en el entorno bajo condiciones eléctricas es muchas veces más grande que la del medio ambiente humano normal preeléctrico; y sólo hay una respuesta natural para esa sobrecarga, y es el reconocimiento de modelos." Contemplar la sobrecarga fantástica, como un poeta extasiado ante el océano ilimitado, era en ciertos círculos un sustituto eficaz de la creatividad" (14)

3-6-3 ORÍGENES DEL ARTE POP

Las raíces

"No solo Grosz sino todos sus colegas dadaístas ansiaban la reproducción en masa y la diseminación de su obra, en aras de su impacto político" (15)

A comienzos del siglo XX, el Dadaísmo fijó su mirada en motivos cotidianos y en mecanismos de producción masificados. Los artistas dadaístas comenzaron a utilizar recursos de la publicidad, del cartelismo político y del consumo diario para ejecutar sus trabajos. Mecanismos como el ensamblaje o el collage, el objeto encontrado y propuesto como pieza artística (el *ready made*) derivaron de estas prácticas.

Los dadaístas no consideraban nada más importante que nada. Despojando de trascendencia a la obra de arte, se apuntaron el primer tanto en despejar la separación entre alta y baja cultura.

En 1934 en la exposición *Machine Art* en el MOMA de Nueva York, se exhibieron piezas industriales y ajuar hogareño. Un indicativo de que el arte se hacía eco de la vida cotidiana.



Exposición *Machine Art*, MOMA, Nueva York 1934

Fue a mediados del siglo XX cuando los jóvenes artistas americanos observaron que los dadaístas habían aportado un *paisaje de gastos*, un *lenguaje de desechos*, con el que poder nutrirse y crear.

Osterworld comenta como el Arte Pop hunde sus raíces en Dadá:

"El Dadaísmo cuestionó a partir de 1915 el término tradicional del arte y trató como temas el insulto y la conmoción. Aquí reside una de las raíces del desarrollo tardío del Pop Art. Dudar del arte significaba también dudar de sus formas y contenidos, de su recepción habitual y de los conceptos de belleza y verdad" (16)

Los mecanismos dadaístas y surrealistas de ensamblaje y collage influyeron notablemente en el arte pop. Para Osterworld hay un doble sentido en estas prácticas. Al igual que ocurrió con el Arte Pop, el Surrealismo no fue un estilo. Fue un movimiento, un credo, una actitud.

Asimismo, la relación con artes más *realistas* en esencia, por un costumbrismo apegado a lo tradicional y ordinario:

"El Pop Art se puede relacionar con todos aquellos realismos de la historia del arte que pretendían representar las contradicciones y los absurdos del mundo real como algo armonizado o convertido en costumbre. El realismo de un mundo material sin jerarquías es para el Pop Art símbolo de una emancipación social del arte y del artista" (17)

Artistas norteamericanos como Charles Demuth (especialmente en su obra de 1928 *Yo vi el número 5 en oro*) o Stuart Davis, cuyos cuadros inspirados en el cubismo reflejaron objetos del día a día en una maraña colorista. Davis se reconocía influido por objetos y sucesos de la vida común del americano medio. Hughes destaca *Odol*, como el *antepasado directo* de gran parte del pop americano.



Charles Demuth, *Yo ví el número 5 en oro*, 1928

La exposición "Arte fantástico, Dadá y Surrealismo", organizada en el MOMA en 1936, causó que la influencia surrealista comenzase a sentirse en el arte norteamericano. En lo que nos concierne, la influencia que el arte pop pudo rescatar del Surrealismo, es anotada por Hughes en referencia a los objetos cotidianos *blandos* y agigantados de Oldenburg o *Monogram* de Robert Rauschenberg (ver pág. 293).



Exposición *Arte fantástico, Dadá y Surrealismo*, MOMA, Nueva York, 1936

Eduardo Paolozzi

El escocés Eduardo Paolozzi es un claro precedente de lo que sería un artista pop. Absorbió planteamientos dadaístas y surrealistas, y en una fecha tan temprana como 1947, el collage "Yo era el juguete de un rico" ya incluyó la palabra "Pop". Una convicción de crear imágenes basadas en la cotidianeidad con validez artística propia del arte pop.

"Se trata de alguien a quien gustaba polemizar con lo que todavía no se llamaba cultura pop; los sonidos e imágenes rápidas y facilonas que en los años inmediatamente posteriores a la Segunda Guerra Mundial parecían confluír por todas partes, los sonidos e imágenes conectando entre sí en modos aparentemente naturales e inexplicables al mismo tiempo, los artefactos de esta cultura folk emergente del mercado moderno hablando en código, hablando un lenguaje secreto. Cortando y pegando, Paolozzi intenta aprender y hablar ese lenguaje." (18)



Eduardo Paolozzi, *Yo era el juguete de un rico*, 1947

Robert Rauschenberg

Señalado por Hughes como generador de muchos de los actos más vanguardistas del arte de la segunda mitad del siglo XX, el neodadaísta Robert Rauschenberg gustaba de caminar por las calles neoyorquinas en busca de objetos encontrados al azar que le proporcionasen elementos con los que trabajar.

Para Hughes, la clave para entender a Rauschenberg es su "*código de significados acumulativos: la presencia de una cosa teñía el significado de la otra*" (19)

Por medio de collages o ensamblajes, dos o más elementos aparentemente discordantes generaban discursos casuales, caóticos, descontextualizados. Una de sus obras más conocidas *Monograma*, resume mecánicas de construcción por medio de la descontextualización. Un macho cabrío disecado al que Rauschenberg pintó la cabeza, se ensarta en un neumático.

Para Hughes, metáfora del sexo homosexual, *contrapartida de la taza y la cucharilla de piel de Meret Oppenheim*.



Robert Rauschenberg, *Monograma*, 1955-59

John Cage

El compositor vanguardista John Cage se interesó por lo azaroso y trivial, y su participación en procesos creativos. Osterworld cita como *Cage formuló por primera vez las preguntas teóricas centrales que afectan a la relación entre arte y medios de comunicación, copia y realidad: "¿Qué es más musical, un camión en una escuela de música o un camión que pasa por la calle?"* (42)

Para Cage, la relevancia estaba en cualquier hecho, fuera azaroso o meramente cotidiano.

"Como motivo principal para el desarrollo del pop americano se puede considerar aquello que John Cage, (...), esperaba del arte contemporáneo: la abolición de las fronteras entre los así llamados extra - artísticos y artísticos. Cage hablaba del paso

de la "correlación objetiva" a la experiencia subjetiva, si bien creía que todas las experiencias y relaciones con la realidad eran relevantes desde el punto de vista artístico" (20)

Jasper Johns

Fascinado por el carácter hermético de los signos y símbolos de la sociedad moderna, Johns busca las cosas que la razón ya conoce. Para Hughes, el mecanismo fundamental de las dianas y banderas de Johns era un tipo de sarcasmo en torno a la receptividad y a cómo los signos se transforman en su significado y función.

"La diana es una prueba, y Johns la hizo con una especie de ironía deliberadamente inexpresiva para probar lo que uno espera que haga una obra de arte. Porque una diana pintada niega automáticamente el uso de una diana real. En cuanto una diana se ve estéticamente, como un diseño unificado, pierde su función. Deja de ser una señal para transformarse en una imagen" (21)



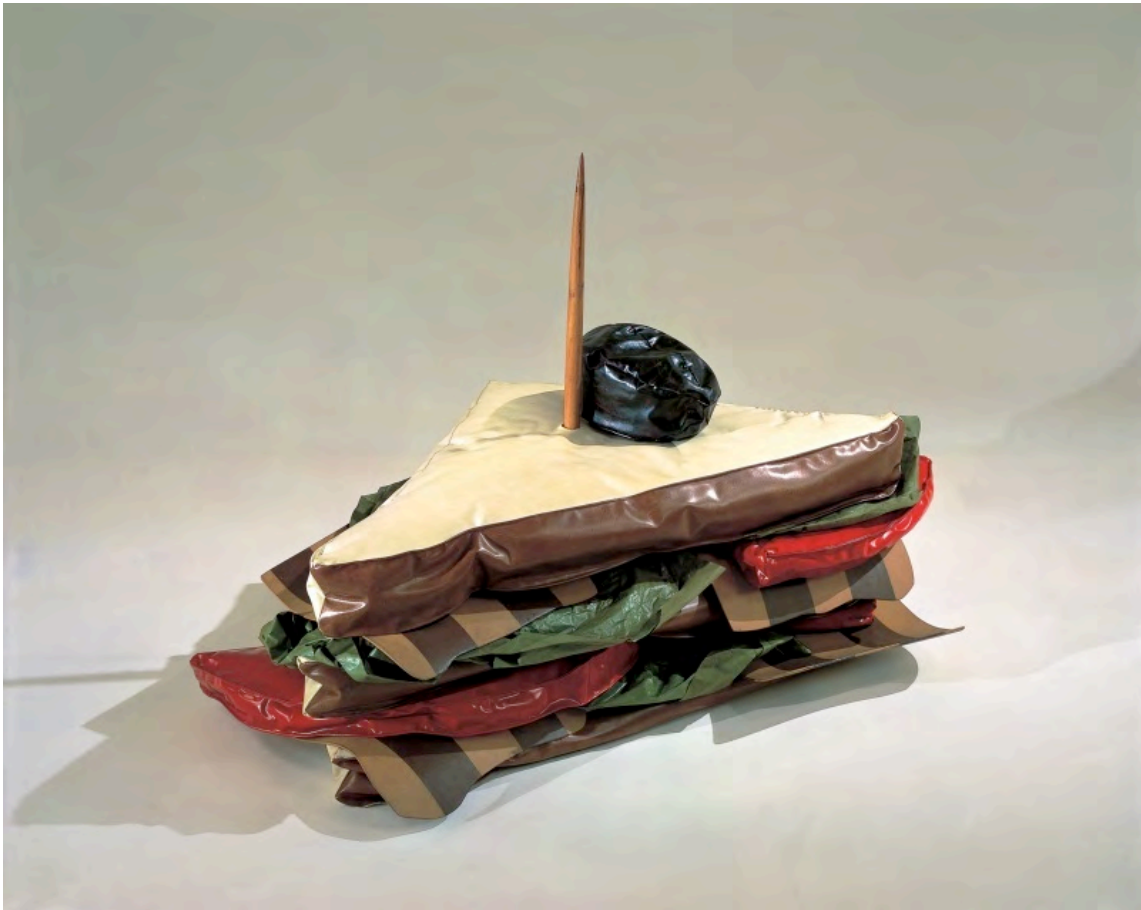
Jasper Johns, *Diana con cuatro caras*, 1955

Claes Oldenburg

Apodado el *Walt Disney de las personas que piensan* por Robert Hughes, Oldenburg se declaraba apegado a favor de un arte que *haga algo más que posar el culo en un museo*, según su propio testimonio.

Oldenburg descontextualizaba objetos de la cultura popular, llevándolos a formatos enormes, aplicándoles texturas incompatibles con su función. Chocaba dos conceptos opuestos en un mismo contexto. Según Hughes, en Oldenburg *"el apetito y la repulsión forman parte del mismo objeto (...)*.

Su amplitud parodia la visión tradicional que Estados Unidos tiene de sí mismo, una constante desde los días de John White y la colonia de Virginia, como una Jauja donde se nada en la abundancia" (22)



Claes Oldenburg, *Sandwich gigante*, 1963

Citas y Bibliografía

1. *La Era Rock (1953 - 2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pág. 76-78
2. *La Era Rock (1953 - 2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pág. 76-78
3. *La Era Rock (1953 - 2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pág. 76-78
4. *Sound & Vision*, Beatrice, Luca – Pág. 17-18
5. *La Era Rock (1953 - 2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pág. 76-78
6. *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*, Hughes, Robert – Pág. 342
7. *Pop Art*, Osterwold, Tilman – Pág. 120
8. *Pop Art*, Osterwold, Tilman – Pág. 16
9. *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*, Hughes, Robert – Pág. 354
10. *Pop Art*, Osterwold, Tilman – Pág. 46
11. *Psychedelic: Optical and Visionary Art since the 1960s*, S. Rubin, David, C. Morgan Robert y Pinchbeck, David – Pág. 121
12. *Sound & Vision*, Beatrice, Luca – Pág. 89
13. *Pop Art*, Osterwold, Tilman – Pág. 38
14. *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*, Hughes, Robert – Pág. 362
15. *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*, Hughes, Robert – Pág. 78
16. *Pop Art*, Osterwold, Tilman – Pág. 132
17. *Pop Art*, Osterwold, Tilman – Pág. 142-143
18. *Escuchando a The Doors*, Marcus, Greil – Pág. 126
19. *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*, Hughes, Robert – Pág. 335
20. *Pop Art*, Osterwold, Tilman – Pág. 92
21. *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*, Hughes, Robert – Pág. 341
22. *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*, Hughes, Robert – Pág. 357-359

3-7 ROCK EN EL CONTEXTO POSTMODERNO

Para intentar definir el concepto de Postmodernidad tenemos que señalar que su base parte de rehusar la Modernidad y la pretensión elitista de ésta. En sus comienzos se basó en una relectura de conceptos, objetos y aspectos ya consolidados.

La primera y segunda guerra mundial habían sido dos cargas de profundidad contra las que se enfrentó la Modernidad. Si la primera contienda y el desencanto que produjeron sus horrores dio como resultado la irrupción de vanguardias como Dadá o Surrealismo; tras el fin de la segunda, el nuevo contexto socio-económico basado en el consumo (que permitiría recuperar y acelerar el crecimiento tras la debacle), generaría un arte próximo a este nuevo *status quo*.

Ya hemos señalado como el arte pop se presenta como un paralelo artístico a la irrupción del rock. Además, un fenómeno social como la aparición de la televisión, se antoja crucial en el devenir de unos tiempos donde imperó la primacía de lo visual.

"El momento histórico del postmodernismo es también el momento del nacimiento de la cultura rock, que es, como la televisión (...), por eso se implicó en muchos temas postmodernistas: el rol de las industrias de comunicación; el desarrollo de actividades de ocio basadas en la tecnología; la fusión de teoría del arte y técnica en ventas" (1)

Además, el formato y los mensajes en las canciones pop y rock se emparentaron con un nuevo modo de vida basado en el consumo, la publicidad y la aceleración; potenciando la construcción mental de un mundo idílico. Para Frederic Jameson (crítico y teórico estadounidense, autor de *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*):

"La producción cultural ha retrocedido a dentro de la mente, en el tema monádico (nota: de fácil comprensión); no puede usar sus auténticos ojos en busca del auténtico referente, pero debe, como en la cueva de Platón, trazar sus imágenes mentales del mundo en los confines de sus muros" (2)

Para Lluís Fernández, el Rock entró en la Postmodernidad cuando a comienzos de los 60, las bandas británicas, con los Beatles a la cabeza, rehicieron la factura del primer rock and roll y lo liberaron de su raíz primitiva.

En la tesis mantenida por *Art into Pop* leemos que así como las categorías artísticas han sido disueltas por lo comercial, las categorías comerciales también han sido disueltas por lo artístico. ¿Cómo conseguir aunar independencia y éxito en el mercado?

"Para los músicos de escuelas de rock (y críticos y fans) el problema ahora es mantener el sentido de la superioridad: cuando todos los juicios estéticos son arbitrarios solo las decisiones de mercado permanecen" (3)

"The historical moment of postmodernism is also the moment of the birth of rock culture, which is, like television (...), therefore implicated in many postmodern themes: the role of the multinational communications industry; the development of technologically based leisure activities; the integration of different media forms; the significance of imagery; the fusion of art theory and sales technique" (1)

"Cultural production has been driven back inside the mind, within the monadic subject; it can no longer look directly out of its real eyes at the real world for the referent but must, as in Plato's cave, trace its mental images of the world on its confining walls" (2)

"For art school musicians (and critics and fans) themselves the problem now is to maintain their sense of superiority: when all aesthetic judgements are arbitrary only market decisions stick" (3)

La consecución de dicho éxito estará sujeta a una serie de distinciones por medio de imágenes que los llamados *músicos de escuelas de arte* supieron adoptar mediante su formación.

Iconicidad y “Espectadoridad

El análisis artístico debe tener en cuenta:

"situaciones comunicativas, particularmente condiciones de recepción, enunciación, y dirección, y por ello, crucialmente, la noción de espectadoridad" (5)

Estos factores nos remiten una vez más a la *contradicción creativa* que señalábamos anteriormente. La noción de bien de consumo y la noción de producto artístico debían aliarse. Los músicos procedentes de las escuelas de arte se enfrentaron a este problema mediante la generación de un mercado propio, elitista, con multitud de ramificaciones pero con una marca común: el sentido de ser diferentes.

En la entrevista mantenida entre Mike Kelley (artista de instalaciones y músico estadounidense) y John Miller (periodista estadounidense), ambos afirman que la Psicodelia, tanto artística como musicalmente, forzó el fin del rock como un movimiento *cuasi-moderno* donde cada estilo sobrevive al anterior.

Consideraron a los Mothers of Invention, la banda de Frank Zappa, como paradigma de la postmodernidad.

Señalaron además a Zappa como un bromista dadá, satisfecho especialmente cuando atacaba la comercialidad (por ejemplo su disco - parodia del *Sgt Pepper's* de los Beatles, *We're only in it for the money*). Para Kelley y Miller, Zappa es un precedente del histrionismo de Malcolm McLaren, aunque con mucho más talento. Remarcaron la importancia que para Zappa tuvo lo visual, aspecto en el que incidió para con las bandas que produjo.

"Nunca interfirió - excepto con el empaquetado, donde tuvo un gran peso en como lució. A su manera, creo que fue más avisado que lo que él mismo se dio cuenta porque pudo tomar los actos más extremos y vanguardistas y al mismo tiempo los empaquetó a medida de un atractivo a la última, consiguiendo venderlos" (6)



Frank Zappa

Citas y Bibliografía

1. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 5
2. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 6
3. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 180
5. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 181
6. *Sound & Vision*, Beatrice, Luca - Pág. 63-64

4- LA PRODUCCIÓN VISUAL DEL ROCK: PORTADAS, PÓSTERS Y LIGHT SHOWS

4-1 ALBUM COVERS – PORTADAS DE DISCOS

Dentro de este capítulo nos ocupamos de las portadas discográficas, su origen y evolución.

4-1-1 BREVE HISTORIA DEL DISCO DE VINILO

“Hay un rico lenguaje visual que apenas ha sido usado en círculos de la publicidad: la imagería de la música rock” (1)

Los precedentes inmediatos al *cover art* vinieron de la mano de los pósters y carteles que anunciaban recitas y conciertos a finales del siglo XIX. En 1933, apareció el primer *Picture Disc* (el disco de Jimmy Rodgers *Cowhand's last Ride/Blue Yodel*), que había sido desarrollado por David Sarnoff cinco años antes.



En 1938, Alex Steinweiss, diseñador en Columbia Records (la discográfica pionera en los usos y posibilidades del *cover art*), empezó a ilustrar las portadas de los discos. La constatación de las posibilidades creativas de las portadas de los LPs fue un hecho desde que en 1948 Columbia Broadcasting System lanzase el soporte. Lluís Fernández señala una incipiente experimentación en éste. Basándose primeramente en los carteles de cine y las ediciones de partituras, el *cover art* se ofrecía como una fuente de posibilidades creativas que fueron ampliándose conforme avanzaron los años y nuevos géneros musicales emprendieron su andadura. La irrupción de la sociedad de consumo y del rock a mediados de los cincuenta tuvo unos efectos inmediatos.

“There's a rich visual language that has hardly been used in advertising circles: the imagery of rock music.” (1)

El *free jazz*, desarrollado durante los años cincuenta, causó que los altos niveles de improvisación e inventiva musical fueran análogos en las portadas de sus discos. Portadistas como David Stone Martin o, especialmente, Reid Miles, se aventuraron con nuevos recursos creativos. Stone Martin empleaba ilustraciones muy expresivas y coloristas en sus trabajos, mientras que Miles utilizaba yuxtaposiciones de fotografías y tipografías muy minimalistas que se convirtieron en las señas de identidad del jazz de la época.

Los colores saturados, las fotografías desenfocadas o incluso provocativas y unos usos tipográficos acordes al nuevo rumbo adoptado, se estamparon en las portadas.

"las portadas de estos Lps resultaron tan influyentes como la música. Los intelectuales y 'bohemos' que compraban Lps de jazz querían información pero también recibieron estilo.

Hubo un intento consciente para explorar los problemas de unir la música con los visuales. El jazz moderno tendía a ser asociado con el expresionismo abstracto; sonidos vanguardistas con imaginaria vanguardista" (2)



Alex Steinweiss

"the covers of these Lps proved at least as influential as the music. The intellectuals and 'bohemians' who bought jazz Lps wanted information but they also received style" (p11)

"There was a conscious attempt to explore the problems of linking the music with the visuals. Modern jazz tended to be associated with abstract expressionism; avant-garde sounds with avant-garde imagery" (2)



David Stone Martin



Reid Miles

Durante los años sesenta, el auge de rock, arte pop y Psicodelia, causó que el *cover art* se convirtiese en uno de los objetos de arte aplicado más utilizados y difundidos, al tiempo que consolidado cómo forma artística plena:

“el long play se convirtió en el modelo ideal, por tamaño y duración, para expresar las nuevas tendencias de la música pop, y la portada de 30 cm, en un campo de experimentación más adecuada para los diseñadores, pintores de Pop - Art y fotógrafos ingleses del Swinging London. (...). Desde ese momento, las portadas serán objeto de diseño, valorado por los artistas y el público, y no sólo un reclamo publicitario perecedero.” (3)

Llegados los setenta, y con ellos, a la cima en la popularidad del mercado musical; el *cover art* se convirtió en parte prioritaria en la manufactura de un disco y en la obsesión de lo que Frank Goldman (escritor estadounidense, colaborador del *New York Times*) denomina *un tipo diferente de consumidor*, el coleccionista:

“los discos no eran adquiridos únicamente por su contenido musical. Otras consideraciones se fueron haciendo importantes: vinilos coloreados, impresiones especiales, ediciones limitadas, discos promocionales y más importante, picture discs. Estos discos se convirtieron en objeto de coleccionistas, a menudo dispuestos o archivados en colecciones en lugar de ser simplemente colocados en tocadiscos” (4)

Diedrich Diederichsen nombra un *nuevo género visual* a la creación de cubiertas de discos. Según el autor alemán, esto se dio posible gracias a *tres desarrollos*:

- La mayor amplitud en el formato para diseñar (la carpeta del disco de vinilo)
- El mayor desarrollo de la industria y mercado discográficos
- La existencia de una cultura musical (pop-rock) definida por medio de los discos

Las portadas de los discos se unen a los pósters en un corpus iconográfico, de gran valía artística, más allá del ámbito periférico al que se las suele relegar. La naturaleza comercial de los productos a los que servían, no mermó la calidad de muchos de los trabajos realizados durante la época en la que nos detenemos y su vigencia alcanza nuestros días.

La funcionalidad comercial presupuesta a los discos como soportes de difusión musical, no puede hacernos infravalorar unos contenidos que podían (no siempre), estar repletos de intencionalidades artísticas. Sin detenernos en lo musical, el papel de *guías visuales* que ejercían estos diseños, encarrilaban a su consumo, pero también a fantasías oníricas, o protestas contestatarias contra el sistema, etc.. El estudio de estas imágenes, nos permite analizar los contextos históricos en los que fueron creadas, las conexiones establecidas con estilos y movimientos artísticos o autores concretos que presentaron, y, en definitiva, observar su evolución a modo de traducción simbólica y visual de unos tiempos en constante cambio.

A partir de mediados de los sesenta, la concienciación artística del rock causó que la visualidad pasara a primer plano de importancia para las bandas. Los carteles que anunciaban sus conciertos y las portadas de sus discos dejaron de ser marginales. Esto generó la especialización de artistas en este negocio. Para Diederichsen, las portadas de los discos eran *“una superficie tan nueva, mundana y drástica como el pop art”* (19)

La diversidad y eclecticismo de éstos en función de los encargos devino en lo que Poyner llama una *flexibilidad estilística*. La formación artística de algunos componentes de las bandas de rock más importantes como Beatles, Rolling Stones, The Who o Pink Floyd, provocó que los encargos para ilustrar los discos recalaran en sus antiguos compañeros.

“A lo largo de esos quince años de esplendor, las portadas reflejaron, disco a disco, los cambios sociales, tipográficos y estéticos de una forma tan nítida, que en ellos se hacen evidentes tanto los tópicos y estereotipos de la cultura popular como la gran variedad de propuestas artísticas, incluso la influencia de las vanguardias. Ciertamente es que de forma mitigada, adaptándolas a las necesidades de promoción de los artistas de la música popular” (7)



Jefferson Airplane, *Volunteers*, 1969

4-1-3 DISEÑO DE PORTADAS

“Un interés en música rock y su imaginería asociada era probable que atrajera más a un joven diseñador para trabajar en la industria musical que, digamos, en la publicidad. Simultáneamente, directores artísticos en compañías discográficas estaban volviéndose más conscientes de las posibilidades del medio de las portadas de los discos. Todo esto fue parte de un de un cambio extendido en la conciencia visual. Tal y cómo el músico y crítico de arte George Melly escribió en 1970: “La portada discográfica es ahora mismo el hogar natural de un estilo visual pop” (8)

Según Storm Thorgerson (diseñador y miembro fundador de Hipgnosis, agencia encargada de ilustrar las portadas discográficas de Pink Floyd, entre otras bandas), diseñar portadas de discos es diseñar por y para la música. La existencia de un mercado discográfico ha causado la instauración de literalmente, millones de productos de naturaleza visual que apoyan a la música, y con ésta, crean un completo producto multidisciplinar.

“Un diseño de portada es el ícono que identifica - y está invariablemente asociado con - la música que representa. Tu disco favorito evoca a la mente la portada que lo acompaña” (9)

La variedad de estilos musicales y la evolución de éstos, ha creado una experimentación mayor en sus usos y creación en sí, respecto a otras formas de embalaje. Para Thorgerson, existe un infinito rango de posibilidades en técnicas, artistas ejecutores, identidades de las imágenes. Además, al no ser necesario que éstas muestren de un modo claro el contenido presupuesto del disco, aumenta la dosis de imaginación aplicada, tanto por autor como espectador.



Pink Floyd, *Atom Heart Mother*, 1970

“An interest in rock music and its associated imagery was likely to attract a young designer to work in the music industry rather than, say, advertising. Simultaneously, art-directors in record companies were becoming more sensitive to the possibilities of the album cover medium. All this was part of a widespread change in visual awareness. As the musician and art-critic George Melly wrote in 1970: “The record sleeve is at present the natural home of a visual pop style” (8)

“A cover design is the icon that identifies -and is invariably associated with- the music it represents. Your favourite record conjures to mind the accompanying” (9)

4-1-4 EVOLUCIÓN EN LOS USOS DEL COVER ART

Thorgerson se detiene en el diseño que Frank Guana realizó para el disco de jazz *Undercurrent* de Bill Evans, en 1962. Éste no tenía ninguna tipografía que ayudase a identificar el autor o título del disco, algo rompedor para la época, pero vinculado específicamente al entorno jazz. Sería años después cuando en el segundo disco de los Rolling Stones, este recurso se emplearía en un contexto rock.

Pasados los años, las fronteras entre estilos en el *cover art* se difuminarían:

"hacia 1975 una imagen como la ilustración de Wilson McLean para el "Romantic Warrior" de Return to forever (...) podía haber sido usada con idéntico efecto y aceptación en discos de artistas pop, jazz o rock" (10)



Bill Evans, *Undercurrent*, 1962



Return to forever, *Romantic warrior*, 1976

La disparidad en los usos del *cover art* llegó a ser tal, que a un mismo lanzamiento le correspondían diferentes portadas dependiendo del país. No sólo por razones comerciales, también intervino la censura cómo en el caso del célebre *Sticky Fingers* de los Rolling Stones: en España vieron como la famosa cubierta de Warhol (ver capítulo 5) era sustituida por otra mucho más grotesca en la que se podía observar una lata con unos dedos ensangrentados dentro.

"by 1975 such an image as Wilson McLean's illustration for Return to Forever's "Romantic Warrior" (...) could have been used with equal effect and acceptance on albums by pop, jazz, or rock artistes" (10)

La llegada del Punk dio a las portadas un enfoque más radical. Las fotografías e ilustraciones empleadas se volvieron más provocativas. Incluso el *single* recobró valor, ya que los primeros lanzamientos de muchos de los grupos fueron en este formato. Esta recuperación se contagió a otros géneros, y pronto las portadas de los sencillos comenzaron a ser tan elaboradas como las de los discos.



The Rolling Stones, *Sticky Fingers*, versión española, 1971



The Clash, *Give 'em enough rope*, 1978

Citas y Bibliografía

1. *The photoDesigns of Hipgnosis - The Goodbye Look*, Christopherson, Peter; Powell, Aubrey; Thorgerson, Storm - Pág. 20
2. *Album Cover Album - The book of Record Jackets edited by Hipgnosis & Roger Dean* - Pág. 11
3. *Guateques, Tocatas y Discos - La historia de la música pop de 1954 a 1970*
Fernández, Lluís - Pág. 30-31
4. *The Gimmix Book of Records*, Goldmann, Frank y Hiltcher, Klaus - Pág. 4-5
5. *Psicodelia, hippies y underground en España (1965 - 1980)*, García Lloret, Pepe - Pág. 41
6. *100 Best ALBUM COVERS*, Thorgerson, Storm y Powell, Aubrey - Pág. 8
7. *Guateques, Tocatas y Discos - La historia de la música pop de 1954 a 1970* - Pág. 16-17
8. *The photoDesigns of Hipgnosis - The Goodbye Look*, Christopherson, Peter; Powell, Aubrey; Thorgerson, Storm - Pág. 12
9. *100 Best ALBUM COVERS*, Thorgerson, Storm y Powell, Aubrey - Pág. 10
10. *Album Cover Album - The book of Record Jackets edited by Hipgnosis & Roger Dean* - Pág. 11

4-2 PÓSTERS

De manera similar al capítulo anterior, en esta ocasión nos detenemos en la historia y desarrollo en torno al póster.

4-2-1 GENERALIDADES

Podemos remontarnos a finales del siglo XVIII, al nacimiento de la litografía por parte de Aloys Senefelder, para dar con las raíces del póster occidental. Convertido a posteriori en un medio perfecto para la experimentación estética, más allá de sus presupuestas funciones publicitarias.

El póster, representa una forma de arte intermediaria que cruzó varios géneros al mismo tiempo. Hemos encontrado cinco puntos básicos por los que la litografía se ajustó a las demandas de la sociedad industrial, que llevaron a la estabilización del póster como mecanismo publicitario idóneo:

- La habilidad de crear enunciados más complejos
- La introducción de un mayor rango de colores
- La rapidez en la producción
- El uso de formatos más grandes
- La mayor circulación

La creación de un *espacio imaginario, a mitad de camino entre el mundo material y el mundo de los sueños*, causa que el póster se apropie un carácter evocador muy útil para sus intenciones. De acuerdo con Mildred Friedman (comisaria estadounidense del Walker Art Center en Minneapolis, Estados Unidos), el póster del siglo XX ha sido responsable de transportar el espíritu de la vanguardia artística a un ámbito más popular:

"Nunca pensado como un único o 'precioso' objeto, el póster ha sido el diseminador general de las ideas e imágenes que han caracterizado cada periodo de la historia moderna; ha reflejado directamente el cambio social y cultural, y en sus periodos más experimentales, el póster ha abierto vías a nuevas formas - el tradicional rol de la vanguardia" (1)

Friedman señala como durante los años 20, al hacerse más popular la venta de productos y su consumo, fueron muchos los artistas que se dedicaron exclusivamente a la creación de pósters, originando con ello el nuevo empleo de diseñador gráfico. Un aspecto que nos interesa especialmente, en tanto las bandas punteras de rock se afanaron en esto a la usanza de las grandes empresas. La toma de conciencia del rock como forma de arte válido también fue una concienciación de una forma de hacer negocios.

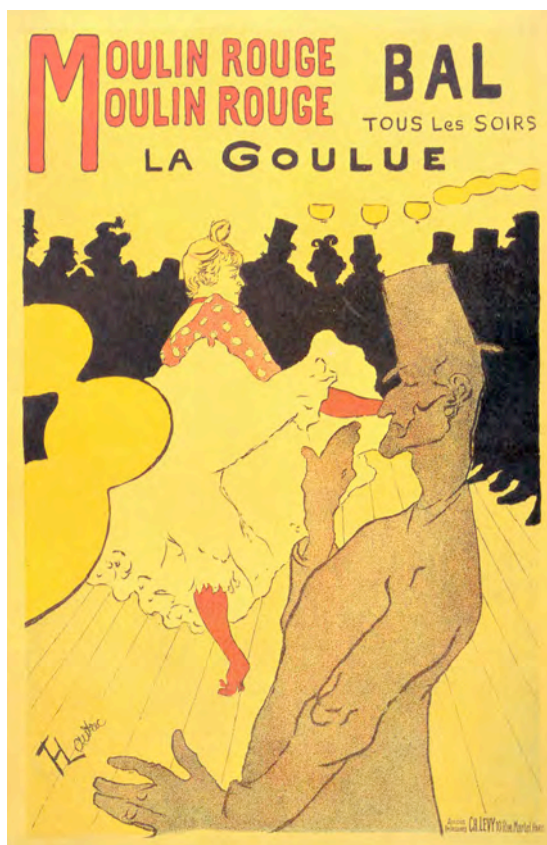
También durante los sesenta, emergió el póster contracultural. Permitiendo una vía de expresión repleta de protestas y consignas que aplicó dinámicas creativas heredadas del *hazlo-tú-mismo*.

"Never intended as a unique or "precious" object, the poster has been the broad disseminator of the ideas and images that have characterized each period of modern history; it has directly mirrored social and cultural change, and in its most experimental periods, the poster has led the way to new forms - the traditional role of the avant-garde" (1)

4-2-2 ORIGEN MÚLTIPLE DEL PÓSTER

"El diseño del póster contemporáneo a finales del siglo XIX fue un producto fortuito de desarrollos tecnológicos en la impresión a color y la fermentación de las expresiones e ideales artísticos del siglo" (2)

Observamos una concatenación de hechos causantes de que a finales del siglo XIX el póster se estabilizase como un puente entre pieza artística y portador de mensajes. Al descubrimiento de la litografía, se deben sumar artistas neogóticos como Ruskin o William Morris, los dibujos de William Blake, las escuelas de pintores prerrafaelitas y simbolistas, Walter Crane y su *énfasis en la línea*, la influencia de la estampa japonesa, etc. A finales del siglo XIX, con el asentamiento del espíritu vanguardista, el Art Nouveau se empezó a establecer como la alternativa artística más apropiada para el desarrollo del póster.



Toulouse Lautrec



Pierre Bonnard

Esta multiplicidad en el origen generó una enorme variedad en el tratamiento que los autores dieron a sus creaciones. Como venimos observando al hilo de la *Tradición Visionaria*, notamos una ausencia de *estilo* concreto. Cada autor se permitió explorar sus marcas de identidad personales.

"Con esta explosión de actividad, una reconocible diversidad de estilos fue claramente vista entre el póster Art Nouveau y lo que puede ser llamado el póster moderno temprano, aunque había características básicas compartidas por todos estos diseñadores. Éstas fueron una preocupación por una abultada y sinuosa línea, una baja, casi plana superficie pictórica, una dominancia de motivos naturalistas y un empeño por un sentido de fluida armonía" (3)

"contemporary poster design in the late 19th century was a fortuitous product of technological developments in color printing and the ferment in 19th-century artistic expression and ideals" (2)

La influencia del Art Nouveau se dejó sentir en el póster psicodélico. Sus autores también compartieron una marcada personalidad que les hizo diferenciarse a cada uno del resto aunque con una naturaleza común: La presencia femenina, los motivos decorativos, los rizos y los giros, y un uso tipográfico muy dinámico. También se dejó sentir un movimiento artístico paralelo en el contexto de los años sesenta: el Op Art o arte óptico.

Los pósters fueron mucho más que anuncios. Fueron una de las manifestaciones más plausibles del credo psicodélico, símbolos de una era y un sistema global.

Ken Johnson habla de un tipo de *saqueo* por parte de los artistas psicodélicos en la búsqueda de fuentes e influencias. Los modelos de Toulouse Lautrec, la Werkstatt vienesa y el Art Nouveau de Aubrey Beardsley y Alphonse Mucha.

A las técnicas heredadas de estos y otros artistas se añadieron la inclusión de fotografías, fotocopiado y del dibujo a mano encima de las impresiones.

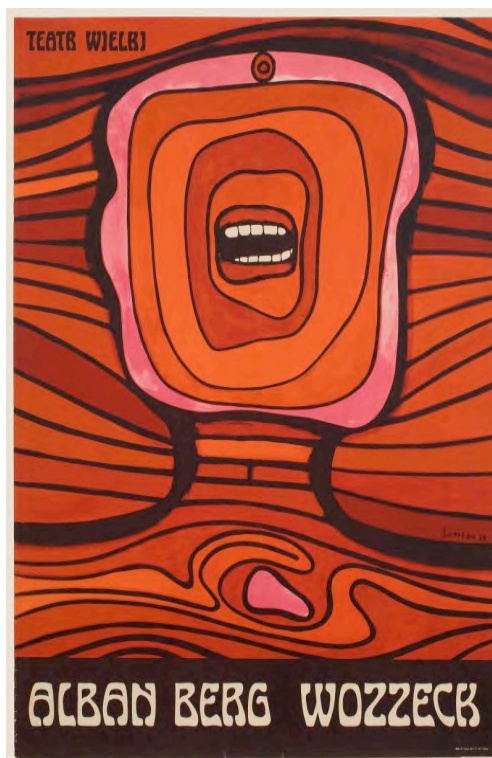


Aubrey Beardsley, *The Platonic Lament*, 1894

"With this burst of activity, a recognizable diversity of styles was clearly seen between the Art Nouveau poster and what can be called the early modern poster, although there were basic design characteristics shared by all of these designers. These were a preoccupation with a swelling and sinuous line, a shallow, almost flat picture plane, a dominance of naturalistic motif and a striving for a sense of fluid harmony" (3)

4-2-3 EL PÓSTER “LENTO” PSICODÉLICO

Walter Hopps, director y comisario de arte contemporáneo, organizó en 1962 la exposición *"New Paintings of Common Objects"* (Nuevas Pinturas de Objetos Comunes) en el museo de Pasadena, e incluyó trabajos de Ed Ruscha. Su orden al impresor del cartel anunciador de la exposición fue '¡Hazlo ruidoso!'. El resultado fue un llamativo cartel amarillo con el título de la exposición resaltado en rojo. Aunque alejado de la naturaleza del póster psicodélico, el comentario de Hopps merece ser recordado por situarnos en un contexto que se empezaba a preparar para lo que sería la revolución psicodélica. Michael Tambini, alude al famoso cartel de Jan Lenica para la ópera *Wozzeck*, que reinterpreta el cuadro *El Grito* de Edvard Munch de un modo más lineal y saturado.



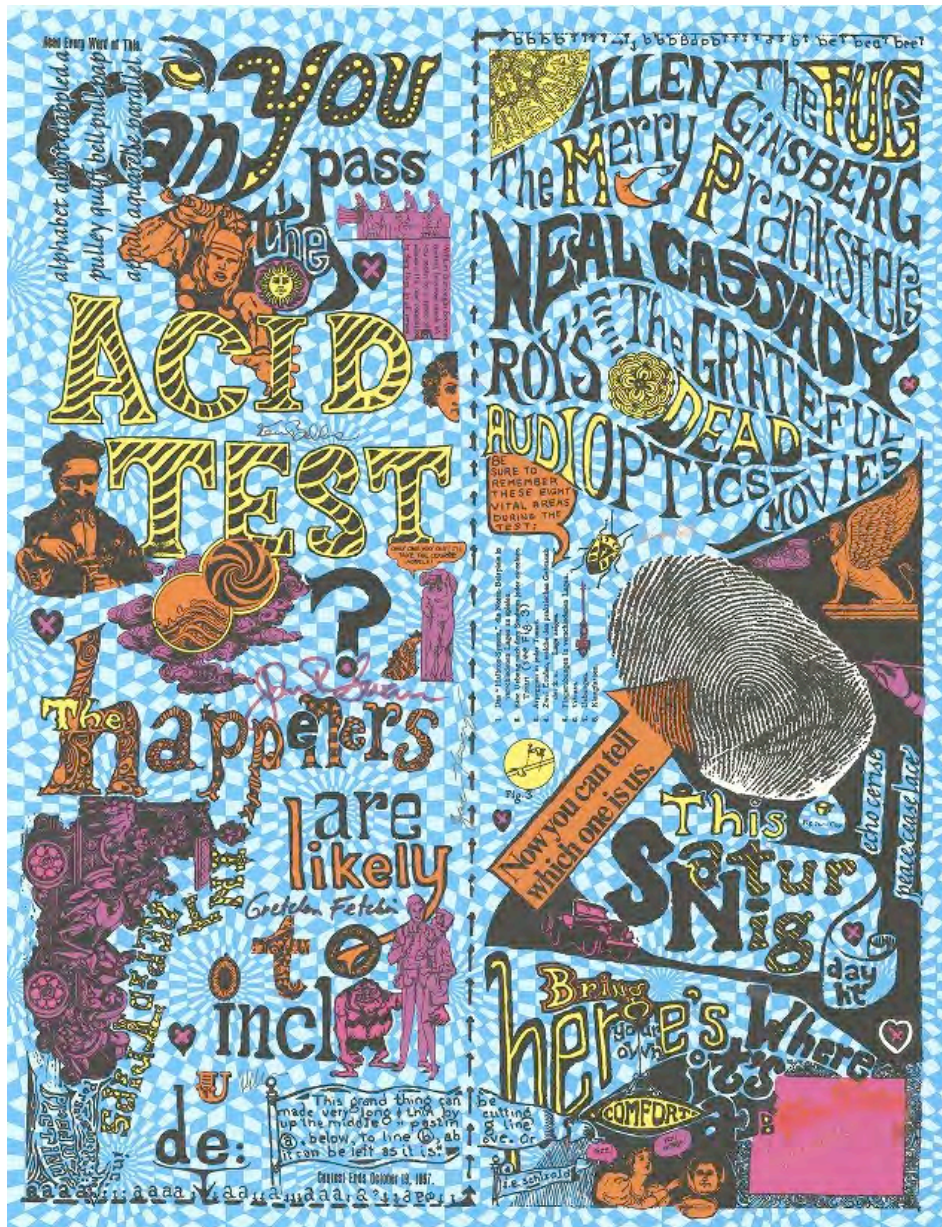
El soporte principal del arte psicodélico fue el póster. Situado en pleno centro de la contracultura, el póster psicodélico fue la expresión de una época. Un sobrecargado y saturado ícono que se hizo cuasi-ilegible, de ahí su denominación como *póster lento*. Un alegato contrapuesto a la directa y a menudo agresiva propaganda de la sociedad consumista.

Para Michael Tambini *"Los carteles estaban diseñados para un público elitista e incluían una tipografía tan ilegible que implicaba "si no lo entiendes, no es para ti"* (4)

El desafío principal de los autores de pósters psicodélicos era arremeter contra la claridad textual. Sally Thompson alude al póster de Norman Hartweg de 1965 *'Can you pass the acid test?'* como una primitiva y eficaz muestra de la traducción visual de los estímulos producidos por el consumo de ácido, no exenta de humor. Thompson enlaza la portada del disco que el gurú del LSD Timothy Leary editó *Dr. Timothy Leary* con el movimiento Op Art.

Su disertación sobre el póster de Wes Wilson llamado *The Sound*, aporta interesantes datos para nuestro estudio:

"Este póster presenta la adaptación de Wilson de un estilo tipográfico creado por el artista de la secesión vienesa Alfred Roller, reproducido por Wilson de manera casi ilegible por la contorsión de las letras y trazos a sinuosos riachuelos de texto. El texto asumió el rol de signo: la dificultad-para-descifrar palabras señaló una experiencia no relacionada directamente a la información textual. Lo que fue expresado exactamente nunca fue especificado y fue ampliamente entendido por la audiencia, conversa en las distorsiones visuales causadas por el LSD y los light-shows líquidos que acompañaron la música" (5)



Norman Hartweg, *Can you pass the acid test?*, 1965

The Seed, cartel que anunciaba un concierto de The Charlatans en el Red Dog Saloon de Virginia, es considerado el primer póster psicodélico (ver pág 51). Aunque tenía más afinidad con los antiguos carteles del oeste americano. El póster que anunciaba los conciertos de Jefferson Airplane en el Fillmore de San Francisco en febrero de 1966, fue el primero de la avalancha que llegaría poco después.

"This poster features Wilson's adaptation of a lettering style created by Viennese Secessionist artist Alfred Roller, rendered almost illegible by Wilson's contortion of letters and serifs into sinuous streams of text. Text assumed the role of sign: difficult-to-decipher words signalled an experience not directly related to textual information. What exactly was expressed was never specified and yet was widely understood by the targeted community, conversant with the visual distortions caused by LSD and the liquid light-shows that accompanied music." (5)



Jefferson Airplane, Fillmore 1966

Los pósters psicodélicos dieron luz a una nueva tipología que hundía sus raíces en un origen múltiple, pero que se aprestó a poner voz a un sentir popular de alto calado que aún resuena en nuestra época.

Las características más notables del póster psicodélico fueron:

- Su realización manual, basándose, no obstante, en fuentes tipográficas existentes
- Carácter orgánico en la composición
- Cromatismo saturado de alto contraste
- Lectura complicada, que exigía detenimiento y atención
- Alto nivel de detalle

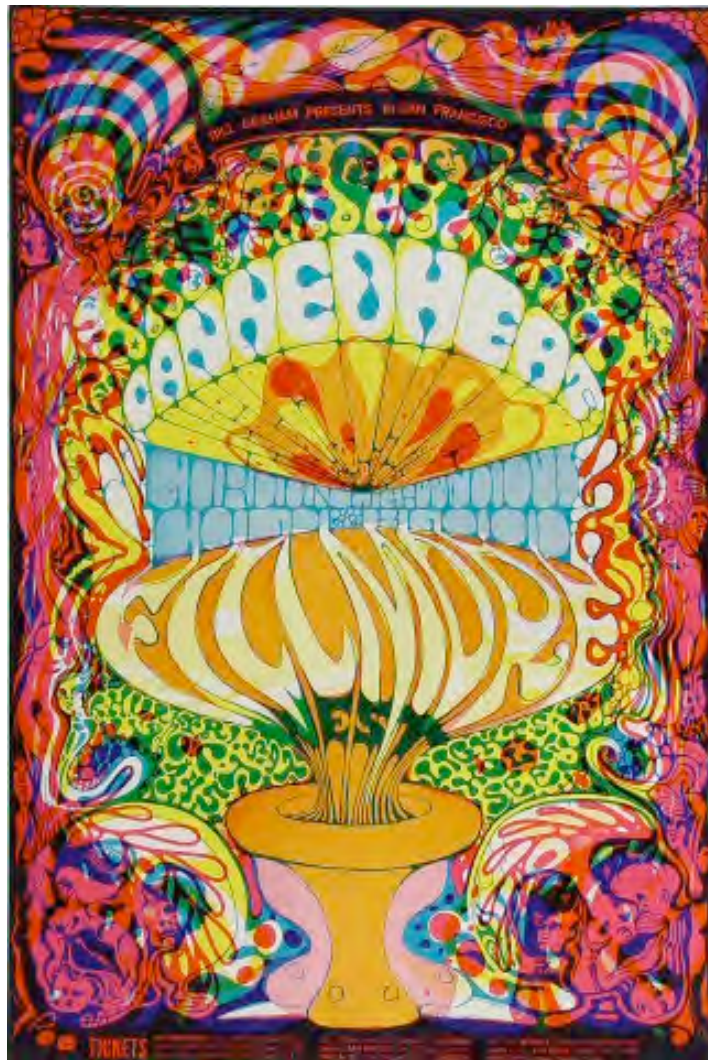
Los niveles de distorsión que acompañaban al póster psicodélico iban en consonancia con las canciones y conciertos de los músicos de la Psicodelia. Se percibe de este modo un intento de recreación *sinestésica* entre ambas facetas. Las espirales y giros, los colores brillantes, pueden ser asociados con la descripción que el pintor y poeta Henri Michaux hizo sobre su experiencia con el LSD:

"una increíble película que a veces decelera, se para e interrumpe, permitiéndome contemplar una imagen coloreada, cuyos colores son a menudo magníficos (...) ...y entonces, también, en un instante desconocido para mí, ahí vienen serpenteando, contorsionándose hacia mí, girando, en un infinito número de giros y rizos, y cables, trenzas y espirales, enrollándose y mezclándose en giros... giros por todas partes" (6)

El cromatismo de los pósters psicodélicos fue compartido por arte pop y arte óptico, contemporáneos de la Psicodelia. Para Sally Thompson, existía una tradición de precedentes en torno los efectos ópticos causados por determinadas combinaciones de colores. Thompson nombra a Robert Delaunay y su tratamiento contrastado, a Josef Albers, que escribió el libro *Interacción del color* en 1963:

"Uno de los principales descubrimientos fue que cuando dos colores de igual valor, como rojo o verde (o azul), son colocados en lugares adyacentes, una ilusión de parpadeo óptico es generado junto a los bordes donde se encuentran. (...) El parpadeo óptico también corroe eficazmente los bordes de los objetos, o texto (...), de nuevo desenfocando una lectura clara" (7)

La interacción entre Light Shows y Pósters es citada por Thompson en referencia al famoso póster que Lee Conklin hizo para Canned Heat en 1968. En él observamos una superposición de imágenes, burbujas y otros motivos, que se asemejan formal y cromáticamente a las proyecciones yuxtapuestas de varios de los Light Shows de la época.



Lee Conklin, Canned Heat, 1968

"One of the principal discoveries was that when two colours of equal value, such as red and green (or blue), are placed adjacent to each other, an illusion of optical flicker is generated along the edges where they meet. (...) Optical flicker also effectively corrodes the edges of objects, or text (...), further distracting from a clear reading." (7)

El efecto inmediato que tuvo el póster psicodélico fue seducir al público, permitiendo el acceso a una forma artística que además, se ponía al servicio de bandas y solistas. Emergió un coleccionismo que brindó nuevas vías de exploración: el *merchandising*.

Según Simon Reynolds:

"Cuando Bill Graham se dio cuenta de que los pósters eran objetos de deseo, que la gente los arrancaba y los colocaba en las paredes de sus casas, comenzó a hacer segundas y terceras impresiones para venderlas pura y exclusivamente como souvenirs" (8)

Nombres clave

Los principales creadores del póster psicodélico en el contexto estadounidense fueron los llamados "Big Five" ("los cinco grandes"): Victor Moscoso, Rick Griffin, Wes Wilson, Alton Kelley y Stanley Mouse (estos últimos estuvieron asociados un tiempo con el nombre de "Mouse Studios"). (Ver apartado 4-4)

Además de estos cinco, nombres como Bonnie MacLean, Randy Tuten, Lee Conklin, John H. Myers o Patrick Lofthouse, permanecen en un segundo plano.

En el Reino Unido, el equivalente a los "Big Five" fue el equipo de diseñadores Hapshash and the Coloured Coat, integrado por Michael English y Nigel Waymouth. Otros representantes afincados en las islas británicas fueron The Fool, grupo de artistas holandeses; y Peter Marx, artista americano a caballo entre el pop y la psicodelia.

Gran parte de estos artistas tenían fuertes lazos con la comunidad hippie, con quienes compartían su actitud idealista. Observamos una faceta similar a la que artistas como Andy Warhol vieron en el *cover art*: la popularidad y difusión que estos soportes tenían respecto a otros más presupuestadamente "cultos".

Según Thomas Albright:

"una creencia de que sus manifestaciones visuales podía alterar la conciencia de la gente, y por ello cambiar la sociedad. (...). Moscoso dijo que pasó de la pintura a los pósters porque se dio cuenta de que poca gente vería alguna vez sus pinturas, mientras que por un dólar o dos cualquiera compraría uno de sus pósters." (9)



Victor Moscoso

"a belief that their visual statements might alter people's consciousness, and thereby change society. (...). Moscoso said he had moved to posters from painting because he realized that few people would ever see his paintings, whereas for a dollar or two anyone could buy one of his posters.

(...) The influence of the eye-catching psychedelic style soon showed in department-store window displays, advertising layouts, and, of course, the designs of album covers for rock-music records" (9)

Citas y Bibliografía

1. *Posters - The 20th-century Posters. Design of the Avant-Garde*, VVAA - Pág. 7
2. *Posters - The 20th-century Posters. Design of the Avant-Garde*, VVAA - Pág. 15
3. *Posters - The 20th-century Posters. Design of the Avant-Garde*, VVAA - Pág. 16
4. *El Diseño del Siglo XX*, Tambini, Michael - Pág. 228
5. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA - Pág. 123
6. *Off the Wall - Psychedelic Rock Posters from San Francisco*, Gastaut, Amélie & Criqui, Jean - Pierre - Pág. 24-26
7. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA - Pág. 126
8. *Retromanía - La adicción del pop a su propio pasado*, Reynolds, Simon - Pág. 53
9. *Art in the San Francisco Bay Area: 1945 - 1980, An Illustrated History*, Albright, Thomas - Pág. 171

4-3 LIGHT SHOWS – ESPECTÁCULOS DE LUCES

De manera similar al capítulo anterior, en éste nos detenemos en la historia y avance del *light show* (espectáculo de luces).

4-3-1 EL LIGHT SHOW PSICODÉLICO

"La proyección de una imagen iluminada en una habitación oscura es a menudo descrita como un sueño despierto, unido inextricablemente a lo inconsciente. Es quizás, por eso, no sorprendente que la experiencia psicodélica de los 60 se fusionase alrededor del ambiente proyectado del light-show" (1)

Los *light-shows* (espectáculos de luces) intentaban amplificar o/y emular las sensaciones alucinógenas producidas por el consumo de LSD. Creaban unos entornos perceptivos totales, donde no solo contemplar, sino donde abandonarse y liberarse. Fueron un elemento más de una puesta en escena total al conjugarse con las actuaciones musicales de las bandas de la época.

De acuerdo a Christoph Grunenberg:

"En estos trabajos dejamos las limitaciones de los débiles intentos de representación mimética - 'la imitación de lo semejante', como describió Huxley las limitaciones del arte - y entramos a un nivel de percepción donde la realidad se convierte en resultado de la directa 'interacción con el aparato perceptivo del que percibe" (2)

La luz fue la protagonista central de los *light-shows*, una luz cegadora, hipnótica, envolvente. Cualidades que siempre remiten a los intentos de generación de suprarrealidades con las que el espectador se integra en la obra, abandonando la frontera entre sí y ésta. Una alteración, que se resumiría en:

"Proyecciones huidizas, imágenes simbólicas, luces de neón, estroboscopios y osciloscopios sintonizados con la frecuencia de las ondas y ritmos cerebrales, rayos láser, luz negra... (...). Y todo ello con la finalidad de recrear ambientes de carácter místico, es decir, de provocar o inducir en los observadores estados de altura, obligándoles a participar, ya que el espectador no puede contentarse únicamente con mirar, sino que acaba sumergiéndose y formando parte del propio espectáculo" (3)

Una triple interacción entre banda, audiencia y luces, en un espectáculo total, que como comentábamos al comienzo de este apartado, incidiera en la creación de un ambiente que rompiera las barreras entre los espectadores y el artista. Diversión, caos, y azar; estos "ambientes" eran perfectos para la experimentación requerida en una época de liberación:

"Proveyeron privilegiados lugares para ejercitar las nuevas libertades sexuales, morales y conductuales en ambientes multimedia que permitieron relajación, experimentación y exploración" (3)

"The projection of an illuminated image in a darkened room is often described as a waking dream, linked inextricably to the unconscious. It is perhaps, therefore, unsurprising that the psychedelic experience of the 1960s coalesced around the projective environment of the light-show." (1)

"In these works we leave the constraints of the feeble attempts at mimetic representation - 'the ersatz of Suchness', as Huxley described the limitations of art - and enter a level of perception where reality becomes the result of the direct 'interaction with the perceptual apparatus of the perceiver'" (2)

"They provided privileged sites for exercising the newly won sexual, moral and behavioural freedoms in multimedia environments that allowed relaxation, experimentation and exploration." (3)

Al hilo de lo referido al comienzo respecto a *entornos perceptivos totales*, Sierra i Fabra alude a un *show total*, de amplia difusión y éxito en la época. Un *rito iniciático*, en sus palabras:

“Las imágenes se mueven con el ritmo, marchan de forma paralela, no separada. Los light - shows pronto llenan los escenarios de nuevos aparatos creados para aportar más y más estímulos (...). Los conciertos se convirtieron en un acontecimiento visual, auditivo y sensorial tendente a colmar todos los sentidos” (4)



Light-show de Bill Ham

El caleidoscopio y el espejo: Principales formas del *light-show*

Partiendo del análisis de Chrissie Iles en torno al *light-show*, hallamos dos tipologías principales: Caleidoscopio y Espejo.

- El Caleidoscopio

Para Iles, uno de los elementos más comunes en la psicodelia es la forma mandálica, producida de forma natural por los caleidoscopios. Éstos fueron inventados en 1816 por el científico escocés David Brewster y popularizados en Estados Unidos a finales del siglo XIX por el inventor Charles Bush.

Iles cita a Jordan Belson y sus *Conciertos Vortex* como el precedente inmediato de los *light - shows*.

“Belson fue parte de la escena Beat centrada en North Beach, San Francisco, y el nombre 'Vortex' describe las vibraciones circulares de los sonidos alrededor del espacio, subrayadas las disoluciones de las convencionales fronteras entre actor y audiencia. Los Conciertos Vortex anticiparon el ambiente psicodélico de los 60 como una envolvente, sinestésica forma” (5)

“Belson was part of the Beat scene centred in San Francisco's North Beach, and the name “Vortex” describing the spinning vibrations of the sounds around the space, underlined the dissolution of the conventional boundaries between performer and audience. The Vortex Concerts anticipated the 1960' psychedelic environment as an enclosing, synaesthetic form” (5)



Caleidoscopio de Charles Bush

Según lo analizado por Iles, el *light-show* psicodélico continuaría una tradición creadora de espacios sinestésicos o envolventes entre los que cabría destacar:

- "Pleasure Dome" de Kenneth Anger (1954)
- "Movie Drome" de Stan VanderBeck (1963)
- "Dream Machine" de Ian Sommerville
- "Mylar Chamber" de Ira Cohen



Kenneth Anger, *Pleasure Dome*



Stan Vanderbeck, *Movie Drome*

- El Espejo

El espejo vendría a representar la puerta o portal a una experiencia de trascendencia espiritual. Iles cita a Deleuze, que *describía el tiempo fílmico como una 'imagen de cristal'*:

"Dar forma al tiempo como un espejo de constante doble vía que quiebra el presente en dos direcciones heterogéneas, "una que es lanzada hacia el futuro mientras la otra cae al pasado. El tiempo consiste en esta rotura, y es... el tiempo lo que vemos en el cristal" (6)

1966 - 1968 : La popularidad del *light-show*

Entre 1966 y 1968, el *light-show* alcanzó su momento de mayor expansión, lo cual causó un desarrollo tecnológico que pretendió brindar nuevos efectos y recursos. Christoph Grunenberg nos habla de una evolución estilística que fue más allá de lo puramente abstracto e *"introdujo nuevas técnicas, como diapositivas ilustrando los temas de las canciones, metraje de películas de bailarines proyectados en la banda y la audiencia, exposición triple de películas y circuitos cerrados de televisión"* (7)

Una rica (aunque breve) escena donde artistas de renombre, bandas y locales generaron un calado visual a la par que una floreciente industria en torno a la estética psicodélica. Al término del periodo psicodélico, el fenómeno *light - show* se diluyó en diferentes ramificaciones y posibilidades en función de los efectos que bandas y artistas quisieran crear. La influencia de los espectáculos de luces se deja sentir aún hoy en día en conciertos e instalaciones artísticas. Según Chrissie Iles:

"A finales de 1967, la revolución psicodélica estaba acabada; pero el ambiente proyectivo sinestésico que formó su base había reescrito el lenguaje del cine, sonido y música, y despejó el camino para exploraciones radicalmente nuevas de la relación entre el ojo, el cerebro, el cuerpo, y la consciente e inconsciente mente" (8)



Proyectores de Bill Ham

"shapes time as a constant two-way mirror that splits the present into two heterogeneous directions, "one of which is launched towards the future while the other falls into the past. Time consists of this split, and it is... time that we see in the crystal" (6)

"introduced new techniques, such as slides illustrating the subjects of songs, film footage of dancers projected onto the band and audience, triple-exposed film and closed circuit television" (7)

"By the end of 1967, the psychedelic revolution was over; but the synaesthetic projective environment that formed its core had rewritten the language of film, sound and music, and cleared the way for radically new explorations of the relationship between the eye, the brain, the body, and the conscious and unconscious mind" (8)

4-3-2 PRINCIPALES ARTISTAS DEL LIGHT-SHOW

Iles nombra a los artistas futuristas Arnaldo Ginna y Bruno Corra como los primeros en crear ambientes proyectados mediante sinestesia en cine, pintura y música en 1909. Durante los años 30 y 50, en San Francisco y Nueva York, otros artistas como Mary Hallock Greenewalt, Thomas Wilfred, Oskar Fischinger, John and Hames Whitney, o Jordan Belson *"proyectaron imágenes abstractas fusionando color y sonido para producir una experiencia sinestésica que, en la mayoría de los casos, buscaba evocar un estado trascendente espiritual"* (13)

Iles señala especialmente a Hallock Greenewalt, artista y pianista estadounidense que a comienzos de los años 20, desarrolló un sistema de proyecciones de luces coloreadas para llevar a cabo lo que llamaba *Nourathar*, un tipo de música visual. Esto procedía de las palabras árabes *Nour* (Luz) y *Athar* (Esencia). Con este fin, también construyó un 'órgano cromático' que denominó *Sarabet*.



Mary Hallock Greenewalt

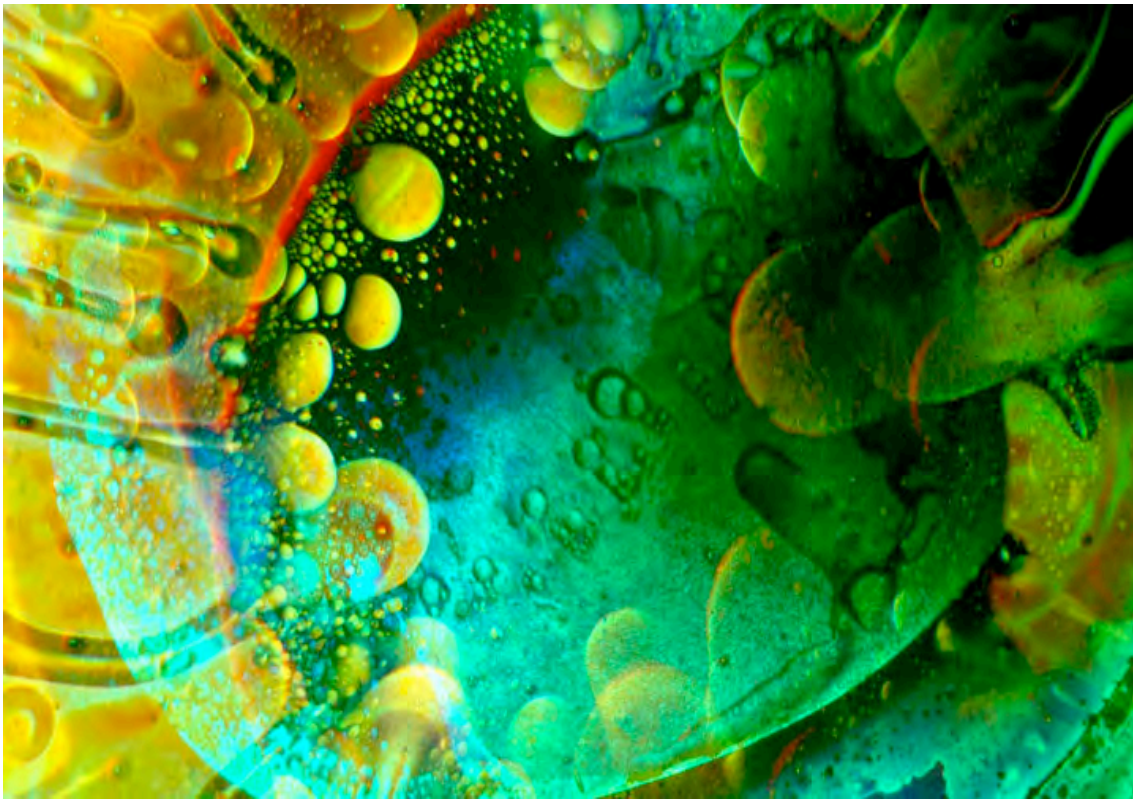
Por otra parte, y citando a diferentes precursores de los años cincuenta, Grunenberg se remonta a los conciertos de jazz y las lecturas poéticas de la generación Beat en el San Francisco de mediados del siglo XX. El autor americano se detiene en la relación entre los *light-shows* psicodélicos y la pintura.

"Tan pronto como 1952, el profesor Seymour Locks en el State College de San Francisco empleó diapositivas llenas de líquido en proyectores elevados, experimentando con 'pinturas que podían ser estiradas, giradas y manipuladas de cualquier forma'. Según el Jazz Moderno evolucionó, estos espectáculos se volvieron sofisticados progresivamente, empleando proyectos elevados con colores oleaginosos y tintas sincronizando las imágenes líquidas con las improvisaciones de los músicos" (10)

"projected abstract images fusing colour and sound to produce a synaesthetic experience that, in most cases, was meant to evoke a spiritually transcendent state" (9)

"As early as 1952, Professor Seymour Locks at the State College in San Francisco employed slides filled with liquids on overhead projectors, experimenting with 'paints that could be stirred, swirled and otherwise manipulated'. As Modern Jazz evolved, these shows became increasingly sophisticated, employing overhead projectors with coloured oils and inks synchronising the Liquid images to the improvisations of the musicians." (10)

Thomas Albright, nombra a Keith Sanzenbach como un antecedente del arte psicodélico. Asimismo, remarca la asociación de éste con otros dos artistas: Bill Ham y Elias Romer, a los que apunta como primeros desarrolladores del *light - show*. También cita a Paul Beattie y Warner Jepson, que realizaron experimentos independientes con proyecciones de luz a comienzos de la década de los 60.



Bill Ham

La importancia de Ham y Romer es primordial al ser pioneros en la asociación con bandas de rock. Ambos eran pintores, y habían trabajado con Wallace Berman, padre del "assemblage" (ensamblaje). Según Albright, los primeros experimentos relacionados con el *light-show* tenían una intencionalidad pictórica, y así: *"Inicialmente, Ham y Romer concibieron sus experimentos como una forma de pintura cinética, un modo de dinamizar una pintura expresionista abstracta"* (11)

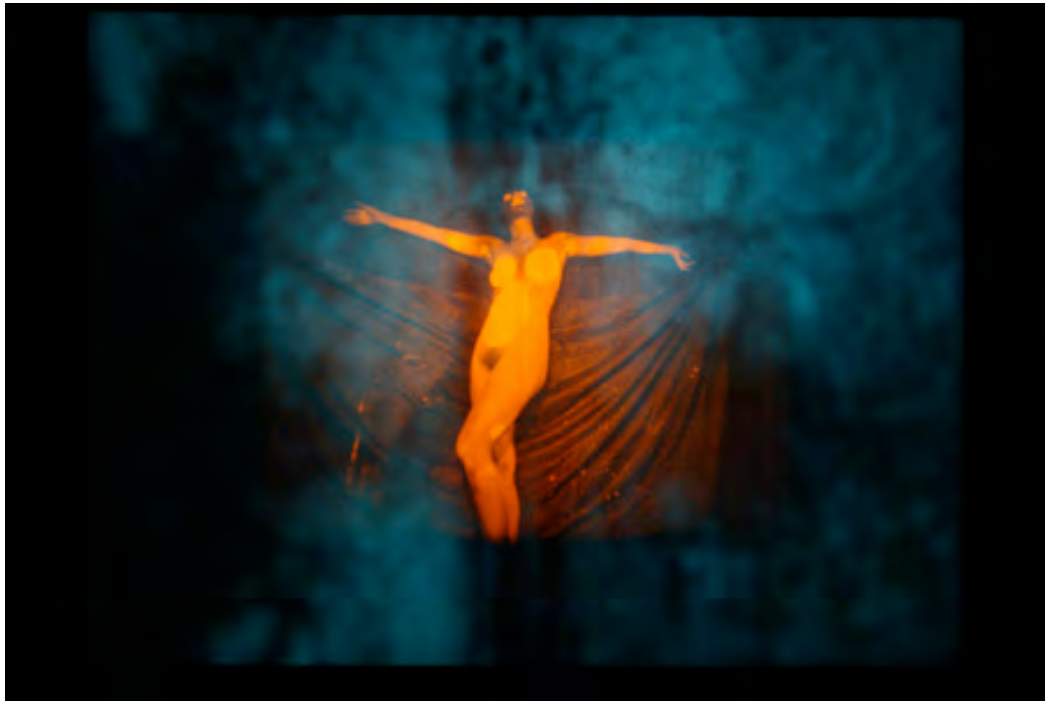
Ham y Romer habían trabajado como pintores expresionistas abstractos, y utilizaron diferentes mecanismos con el fin de ampliar los límites del formato cuadro.

El espectáculo de Bill Ham se llamó *The Light Sound Dimension* (La dimensión de luz y sonido), y fue ideado por éste junto a los músicos de jazz Jerry Granelli y Fred Marshall. Los resultados que Ham y Romer obtuvieron les llevaron a profundizar en la técnica, incorporando elementos figurativos y símbolos. Fue en enero de 1966, en el célebre *San Francisco Trips Festival*, cuando aplicaron por primera vez sus técnicas a gran escala.

Otros artistas destacados del light-show fueron:

Barbara Rubin

A la temprana edad de 18 años, en 1963, rodó a un grupo de gente que incluía a Gerard Malanga (colaborador de Andy Warhol), en una orgía. Redujo a un tercio las imágenes en blanco y negro resultantes y proyectó el resultado sobre otra proyección que mostraba el cuerpo de una mujer pintado. Para rematar el proceso, en el momento de la proyección movió líquidos coloreados en frente de los dos proyectores.



Barbara Rubin

Gustav Metzger

Metzger, a quién estudiamos por su aportación al arte autodestructivo que tanto influyó en bandas como The Who, experimentó con la luz desde 1963. Colaboró con varias bandas de rock como Cream, The Move o los propios The Who en un concierto donde se emplearon doce proyectores en el Roundhouse de Londres.

Mark Boyle

Mark Boyle incluyó la, según Iles, *destrucción física de material líquido dentro del proyector*. A diferencia de sus colegas americanos, Boyle manipulaba calentando o enfriando los líquidos coloreados dentro del propio proyector.

Bob Goldstein

Christoph Grunenberg cita los *Lightworks* de Goldstein cómo la inspiración de Andy Warhol.

"Goldstein intentó crear un ambiente total de acuerdo al contenido y el estado de ánimo de la música, orquestrando cuidadosamente imágenes de películas y diapositivas así como luces coloreadas y bolas de discoteca proyectados en múltiples pantallas" (12)

"Goldstein attempted to create a total environment according to the music's content and mood, carefully orchestrating images from films and slides as well as coloured lights and disco balls projected onto multiple screens" (12)

Joshua White

Creador de uno de los *light-shows* más complejos, White tenía una formación teatral y cinematográfica. Para la ejecución de su *light-show*, recurría a seis ayudantes.

Una de sus características diferenciadoras era el uso de la *back-projection* o proyección invertida. Con ella conseguía una mayor fuerza cromática y a su vez forzaba la aparición de imágenes procedentes de la nada en el espacio de la proyección.



Light-show de Joshua White en un concierto de Frank Zappa

Yayoi Kusama

La artista japonesa Yayoi Kusama es famosa por su uso de patrones mandálicos, una utilización cromática muy saturado y sus instalaciones lumínicas o *espejos*.

En su performance *Self-Obliteration* (Auto-anulación), que realizó en el Fillmore East en 1968, llevó a cabo una integración total entre arte y música.



Yayoi Kusama

Glenn McKay

Los espectáculos de McKay tuvieron una característica cualidad pictórica. Al igual que Ham, éste manipulaba las diapositivas y los líquidos directamente en el proyector.

Ken Kesey's Acid Tests

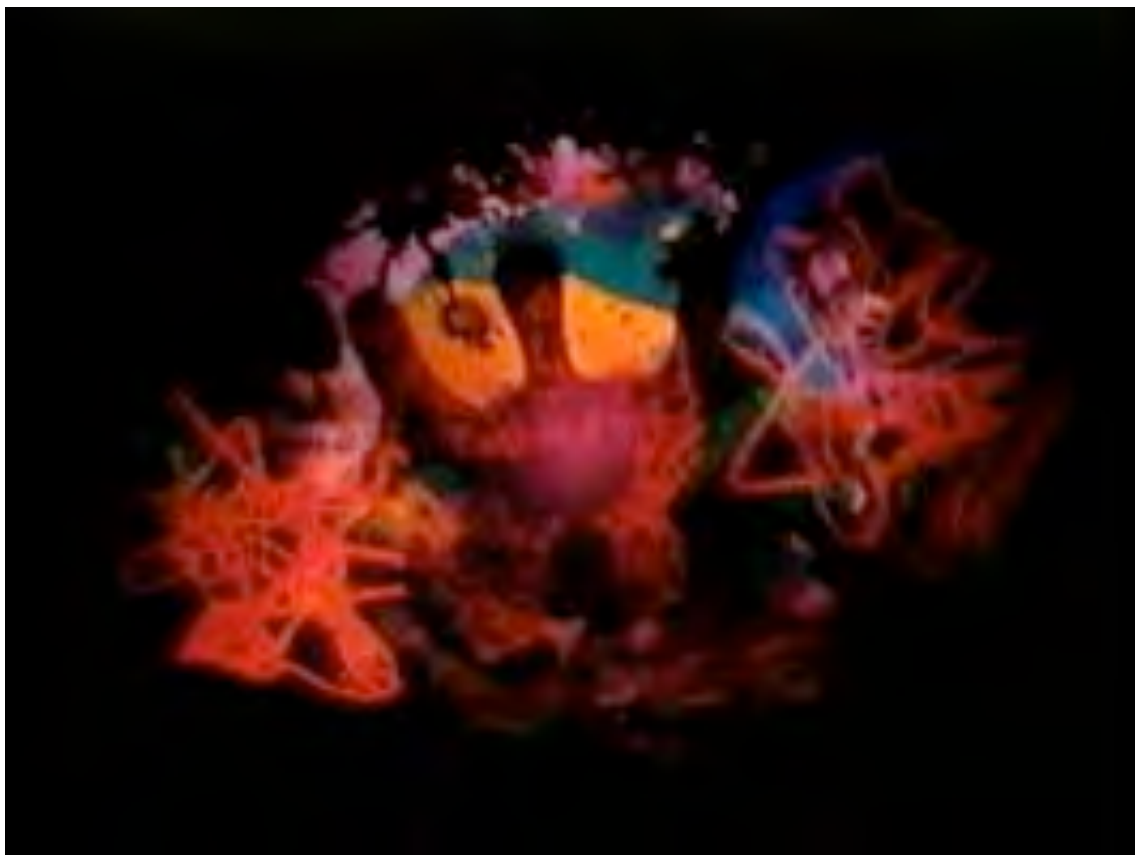
Los *Test de Acido* ofrecieron la posibilidad de llevar a cabo el *light-show* propio de los Merry Pranksters, conocido como *Roy's Audioptics*.

Ben Van Meter

Fundador de la compañía *North American Ibis Company*, creada a la zaga del éxito de Bill Ham, en 1966

Anthony (Tony) Martin

Considerado el enlace entre costa oeste y costa este. Trabajó en pioneros *light-shows* de San Francisco y llevó el *Tape Music Center* de la ciudad, después fue a Nueva York y presentó shows como el *Electric Circus*, que causó una fuerte impresión en Joshua White



Glenn McKay

Citas y Bibliografía

1. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 67
2. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 21
3. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 28
4. *La era Rock (1953-2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pág. 137-139
5. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 69
6. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 71
7. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 23
8. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 81
9. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 68
10. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 21-22
11. *Art in the San Francisco Bay Area: 1945 – 1980, An Illustrated History*
Albright, Thomas - Pág. 170
12. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 23
20. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 25
21. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 25
22. *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*, VVAA – Pág. 81
23. *Hippie*. Miles, Barry – Pág. 239

4-4 ARTISTAS VINCULADOS AL ROCK

Hemos seleccionado una serie de artistas entre todos aquellos que hemos hallado en nuestra investigación. Su elección viene determinada por su relevancia como creadores visuales y su relación con el rock: Creadores de portadas, logos y/o pósters (u autores influyentes cómo Alphonse Mucha, cómo podrá verse). Primeramente desgranamos un fichero más genérico para después detenernos en los, a nuestro juicio, más importantes.

4-4-1 FICHERO DE ARTISTAS

- Acy Lehman

Director de los servicios creativos, y director artístico de la RCA. Ganó el premio Grammy por la mejor portada de disco en 1972 con *The Siegel Schwall Band*, del grupo de country rock del mismo nombre. La imagen fue pintada por Harvet Dunnerstein, pintor realista americano.

Lehman ha trabajado en más de 125 portadas a lo largo de los años.



The Siegel Schwall Band, 1972

- Alan Aldridge

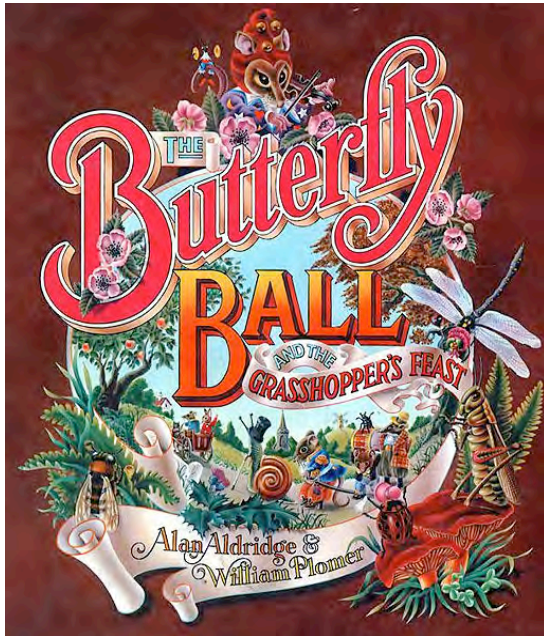
"El universo se transforma al entrar en contacto con su inspiración: su trabajo es un caudal inagotable que ha teñido el pasado de una psicodelia multicolor, tan real y surreal al mismo tiempo, que al observar su obra, uno siente que hubiera sido él quien creó aquel pasado, quien diseñó una de las épocas más prolíficas de la libertad de expresión" (1)

Ilustrador británico nacido en 1943, residente en Los Angeles y apodado por sí mismo cómo *El hombre con los ojos caleidoscópicos*. Tras comenzar como diseñador de portadas de libros y colaborador en el periódico *The Sunday Times*, fundó su propia firma en 1968: *INK*, con la que realizó trabajos para The Beatles.

Trabajó en la serie de libros *The Penguin Book of comics* y se especializó en el arte gráfico de las portadas, destacando el libro *The Beatles Illustrated Lyrics* (1969), la película *Rock and roll circus* de Rolling Stones (1968), y los discos *A Quick One* de The Who (1966), y *Captain Fantastic and the brown dirt cowboy* de Elton John (1975).

Alcanzó un gran éxito con la *ópera rock* de Roger Glover (bajista de Deep Purple, que se basó en el poema del mismo nombre de William Roscoe escrito en 1807) *The Butterfly Ball and the grasshopper feast*, para la que se valió de una imaginería animal antropomórfica en la tradición de la literatura fantástica inglesa, siendo

clara la influencia de John Tenniel, ilustrador de *Alicia en el país de las maravillas* y colega de Lewis Carroll.



The Butterfly Ball, 1974



- Alex Steinweiss

Diseñador gráfico, principal desarrollador y "creador" del *cover art* en 1939, tras notar que los discos se vendían de una forma muy poco atractiva, simplemente empaquetados en cajas. Steinweiss tuvo la idea de crear un complemento visual basándose en unos lienzos de tamaño 12 x 12 pulgadas inspirados en pósters franceses y alemanes. Su primera portada fue para un disco recopilatorio de Rodgers y Hart

Steinweiss dedicó sus esfuerzos al jazz y la música clásica fundamentalmente.

En 2008 recibió un homenaje por parte de colegas de profesión.

"Intenté ponerme a charlar con el asunto, (...) a través de la música, o de la vida y época del compositor. Por ejemplo, con un concierto de piano de Bartok, tomé elementos del piano - los golpeadores, las teclas, y las cuerdas - y las armé en un marco contemporáneo usando color apropiado y representación. Cómo Bartok es húngaro, también coloqué la sugerencia de una figura paseante" (2)



Rodgers & Hart, 1940

I tried to get into the subject, (...) either through the music, or the life and times of the composer. For example, with a Bartok piano concerto, I took the elements of the piano—the hammers, keys, and strings—and composed them in a contemporary setting using appropriate color and rendering. Since Bartok is Hungarian, I also put in the suggestion of a peasant figure." (2)

- Alphonse Mucha

(...) El pop art juega con la iconografía del consumo y del hedonismo; sin embargo, Mucha no recupera, sino que genera su propia imaginería. Ahora bien, con el rebrote de interés suscitado por el Art Nouveau en la década de 1960, Mucha reapareció en las preferencias populares e influyó en la psicodelia y el cómic” (3)

Pintor y dibujante checo, principal representante del *Art Nouveau*, e influencia substancial de los artistas psicodélicos. En 1964 y 1966, se expusieron sus trabajos y los de Aubrey Beardsley en el museo Victoria and Albert de Londres, hecho que puede explicar la adopción de su estética en el cartelismo psicodélico de la época o al menos, su influencia.

A finales del siglo XIX Mucha se vio afectado por el simbolismo de Odilon Redon y Gustave Moureau, el decorativismo ornamental de Klimt y por la literatura de autores como Baudelaire.

La obra de Mucha gira en torno a mujeres rodeadas de detalles ornamentales. Mucha tenía la convicción de que el arte tenía una función comercial, algo que lo llevó a trabajar en carteles, diseños publicitarios, un jabón con su nombre y hasta menús.

“el arte debía ponerse al alcance del público, y defendía con pasión que debían contemplarlo y disfrutarlo cuantas más personas mejor” (4)



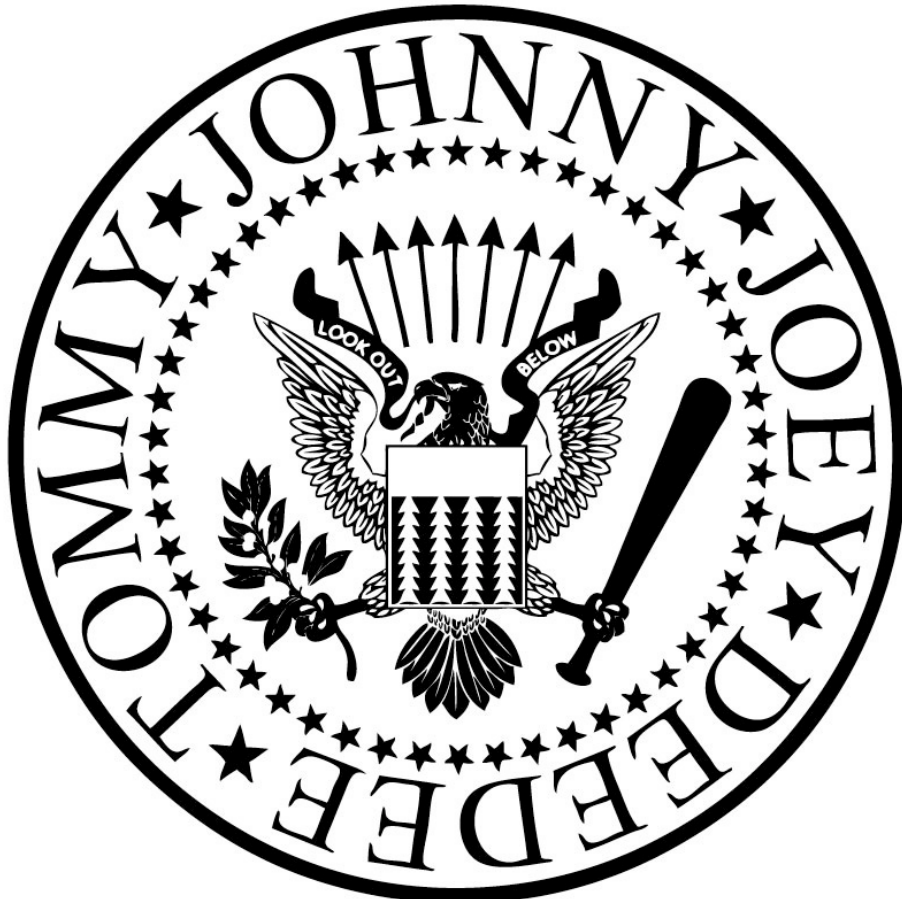
Anuncio para Nestlé, 1897

- Arturo Vega

Diseñador mexicano autodidacta, responsable de la imagen de los Ramones. En 1971 se instaló en Nueva York huyendo de la censura y represión mexicanas, y comenzó a frecuentar la escena rock *underground* que se reunía en el CBGB. Tras conocer a los Ramones diseñó su logo, basándose en el *aguila calva* del departamento de estado de Estados Unidos, que a su vez el propio Vega tenía en la hebilla de un cinturón. El texto del lazo que sostiene el aguila con su pico tenía escrito *Look out / Below*, que luego se sustituyó por *Hey ho! Let's go*, sacado de la canción *Blitzkrieg Bop*, su canción más conocida.

«En mi primera visita a Washington estaba impresionado por la atmósfera oficial de los edificios y organismos con banderas por todas partes y pensé que el gran sello del presidente de los Estados Unidos sería perfecto para los Ramones, con el águila sosteniendo las flechas, para simbolizar la fuerza y la agresividad que se usa contra cualquiera que se atreva a atacarnos, y una rama de olivo, que se ofrece a aquellos que quieren ser amigos (...). Pero decidimos cambiar un poquito. En lugar de la rama de olivo, teníamos una rama de manzano, ya que los Ramones eran tan americanos como el pastel de manzana. Y como Johnny era un fanático del béisbol, pusimos al águila con un bate en lugar de las flechas» (5)

RAMONES



Logo de los Ramones, 1976

- Barney Bubbles

Barney Bubbles (1942 - 1983) trabajó en el U-FO, templo psicodélico londinense, además de hacer varios trabajos gráficos para varios grupos.

Su papel empezó a ser relevante a partir del disco de Hawkwind *In search of Space*, en 1971, señalado por John Coulth como muy inventivo y rompedor.



Hawkwind, *In search of space*, 1971

Para *Doremifasol Latido* (1972), el artista continuó la línea de la anterior portada con un escudo de color plata sobre un fondo negro. En el interior colocó unas imágenes cómic. Según Coulth, éstas y la propia portada remiten al dibujante Jack Kirby, uno de los principales autores de cómic americano, y a Philippe Druillet y su trabajo *Les Iles du Vent Sauvage*

En *Space Ritual* (1973), Bubbles dio una vuelta de tuerca a la herencia art nouveau presente en la psicodelia. Utilizando a Stacia, la bailarina de los shows de Hawkwind, y dibujándola en un estilo próximo a Alphonse Mucha (de quién tomo las cabezas de león de su obra *L'Emeraude*).

Esta influencia continuó en el póster de 1973 *Love and Peace*, que se apoyó en el arte de *Champagne White Star* de la compañía Moet et Chandon en 1899.



Love and Peace, 1973

John Coulth habla de un cambio de la influencia Art Nouveau al Art Deco a mediados de los 70, presente en *Astounding Sounds, Amazing Music* (1976).

Desvinculándose de estéticas visionarias, Bubbles basó su enfoque en una mayor geometrización y saturación cromática.

"su portada para el *Music for Pleasure* de los *Damned* debía mucho al *Yellow Accompaniment* que Kandinsky pintó en 1924, y su diseño para *Your Generation* de *Generation X* era puro Rodchenko" (6)

Más portadas destacadas: Ian Dury & the Blockheads - "Do it yourself" (1979),
Elvis Costello - "Armed Forces" (1979)

- Bob Cato

Nacido en Nueva Orleans, estudió con los pintores mexicanos Pablo O'Higgins y José Clemente Orozco, y con Lászlo Moholy-Nagy y Alexey Brodovich, este último fue una gran influencia (cómo en muchos diseñadores de la época).

Inicialmente pintor, en 1959 comenzó a trabajar en la industria discográfica para Columbia Records, llegando a ser vicepresidente del sector creativo de la empresa. Su trabajo abarcó decenas de portadas para artistas cómo Miles Davis, Bob Dylan, Johnny Cash o The Band. Contrató a Robert Crumb para la portada de *Cheap thrills* de Janis Joplin. Ganó dos premios Grammy, en 1964 con *People*, de Barbra Streisand y en 1967 con *Greatest Hits* de Bob Dylan.



Bob Dylan's Greatest Hits, 1967

- Bob Pepper

Responsable de alguna de las portadas más conocidas de los años sesenta, trabajó para Elektra Records, siendo su obra más famosa *Forever Changes* (1967), de Love. Posteriormente se especializaría en ilustración fantástica, dándose a conocer con el cómic *Dark Tower and Dragonmaster*.



Forever Changes, 1967

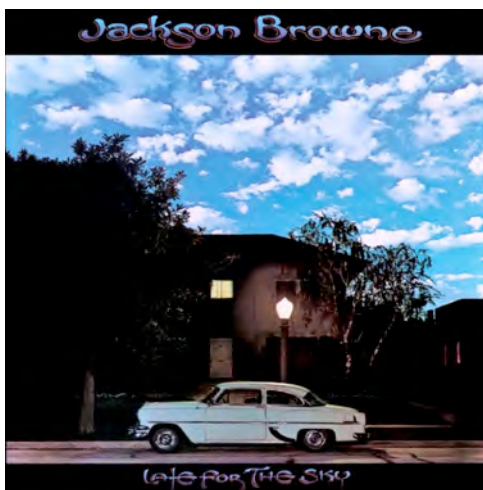
- Bob Seidemann

Artista especializado en las portadas discográficas, alcanzó la fama gracias a su interpretación fotográfica de *La Piedad* de Miguel Ángel en la que invirtió los roles originales. Mayor relevancia y polémica tuvo su trabajo para *Blind Faith* (1969), en la que fotografió a una niña desnuda pre-adolescente. Es una de las portadas más conocidas del rock de la época.

Seidemann también fue el autor de los famosos desnudos de Janis Joplin, en la que la cantante aparecía vulnerable y frágil. También fotografía a Grateful Dead. Otros trabajos destacados son *Late for the Sky* de Jackson Browne en 1974, en la que reinterpretó *El imperio de las luces* de René Magritte, o *On the Beach* de Neil Young, de marcado carácter surrealista.



La Pieta, 1967



Late for the sky, 1974

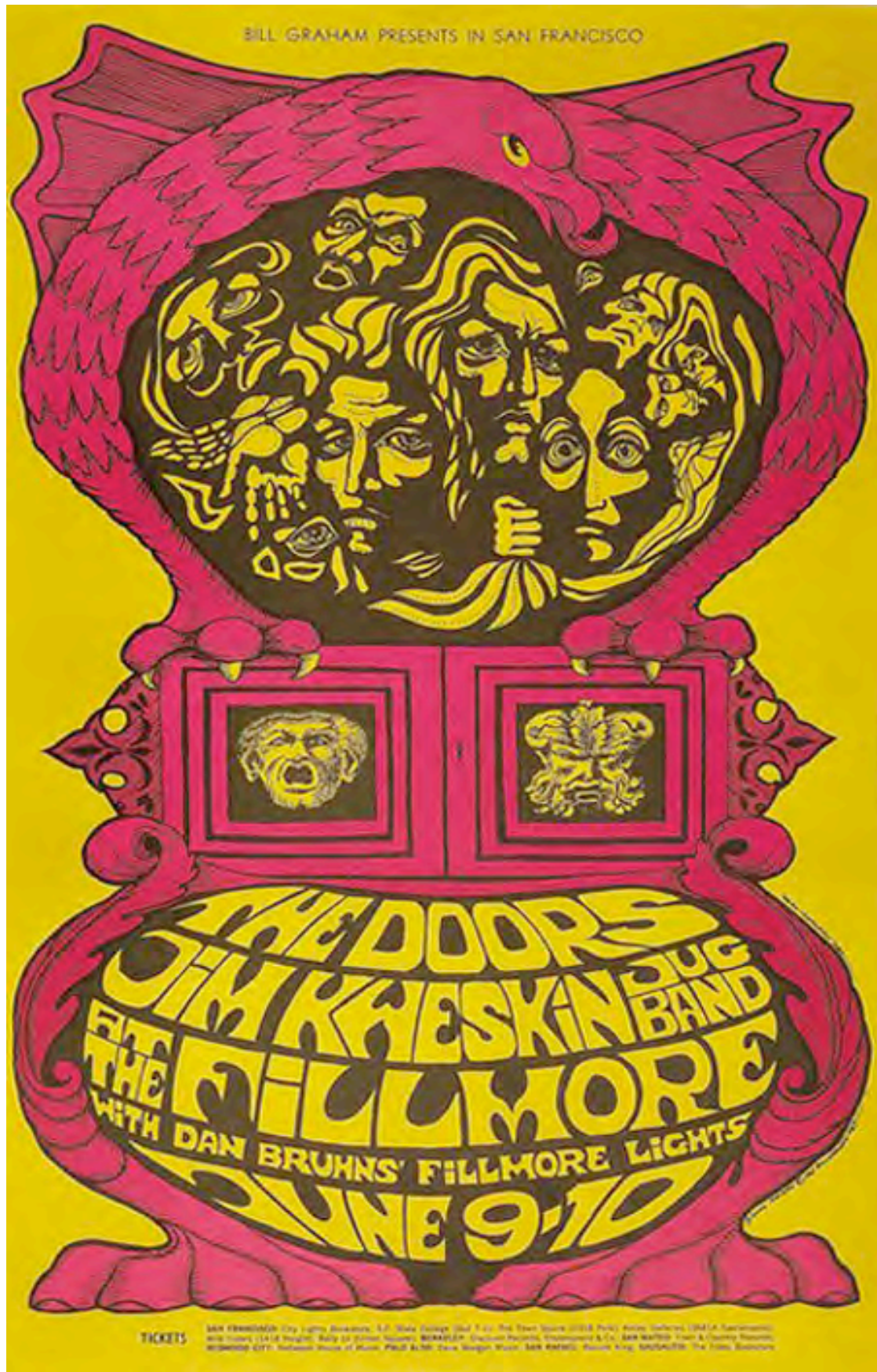


Blind Faith, 1969

- Bonnie MacLean

Artista estadounidense nacida en 1939. Licenciada en la universidad de Pennsylvania, en 1964 se trasladó a San Francisco donde comenzó a trabajar a las órdenes de Bill Graham. Tras la discusión que éste tuvo con Wes Wilson, Mac Lean

pasó a ser una de las principales responsables en la creación de carteles para el Fillmore West, la sala de su marido. Continuando la labor de Wes Wilson, incluyendo aportaciones personales como imaginaria nativa americana. Trabajó un breve periodo, de 1967 a 1968, pero a pesar de ello, desarrolló un fértil corpus iconográfico. Actualmente se dedica a la pintura.



The Doors at the Fillmore, 1967

- Brian Duffy

Fotógrafo británico especializado en moda, gran referente de este campo junto a sus contemporáneos David Bailey y Terence Donovan. Los tres fueron conocidos como *La Trinidad Negra*, responsables de fotografiar los 60.

En 1957 comenzó a trabajar en la revista *Vogue* que abandonó en 1963. Es muy recordada su campaña publicitaria para los cigarrillos *Benson & Hedges* (1970), y su calendarios *Pirelli* de 1965 y 1973.

Dentro del *cover art*, su trabajo más importante fue la portada de *Aladdin Sane* (1973), de David Bowie. Además también hizo las de *The Lodger* (1979) y *Scary Monsters* (1980).

En 1979, frustrado, quemó gran parte de sus negativos.

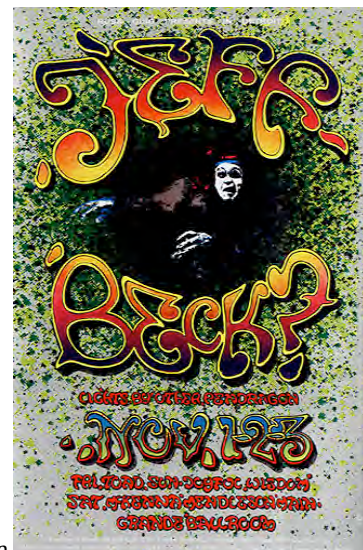


Aladdin Sane, 1973

- Carl Lundgren

Nacido en Detroit en 1947, ilustrador muy conocido por sus pósters psicodélicos y sus trabajos oníricos. Muy influenciado por Frank Frazetta, trabajó para el *Grande Ballroom* de Detroit, y el *Avalon* en San Francisco.

En 1965 fue codirector de la *Detroit Triple Fan Fair*, convención de ciencia ficción, películas y cómics en su ciudad natal. En 1967 descubrió a Gary Grimshaw y sus pósters, y éste le dio trabajo para hacer carteles para las principales bandas del momento. En 1974 dio un vuelco a su carrera y se especializó en la literatura de ciencia ficción, realizando más de 300 portadas de libros.



Jeff Beck, fecha indeterminada

- Colin Elgie

Autor de la portada del famoso *Year of the Cat* de Al Stewart (editado en 1976), contratado por Hipgnosis para dicha tarea.

Especializado en un estilo decorativo, ha trabajado al servicio de revistas, libros y diseños de todo tipo.



The year of the cat, 1976

- David Edward Byrd

Pintor y diseñador norteamericano nacido en 1941. Uno de los más importantes representantes de la ilustración estadounidense de la segunda mitad del siglo XX.

Comenzó su trabajo en 1968 en Nueva York, al servicio de Bill Graham, que le contrató para sus carteles para el *Fillmore East*. Pronto se convirtió en diseñador exclusivo para Graham. Desde 1968 a 1973, él y su compañía *Fantasy Unlimited* hicieron pósters para los conciertos dados en el auditorio neoyorquino.

Byrd es el autor del póster del festival de Woodstock. No hay que confundirlo con el arte gráfico, que lo hizo Arnold Skolnick. También fue el diseñador de *Tommy*, de The Who (las ilustraciones son de Michael McInnerney) y recibió un premio en 1973 por este trabajo.

Además trabajó para musicales de Broadway cómo *Jesuschrist Superstar*.



Jimi Hendrix at Fillmore East, Fecha indeterminada

- David McMacken

Artista americano especializado en carteles. Graduado por *The Art Center College of Design* en Los Ángeles, continúa trabajando en la actualidad.

Fue autor de las portadas de la banda Kansas, y *Overnite Sensation* de Frank Zappa, entre otras.



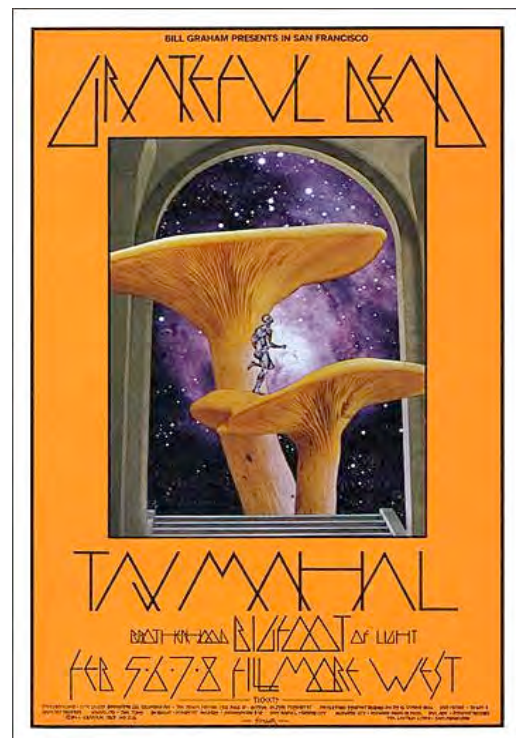
Kansas, *Point of know return*, 1976

- David Singer

Nacido en 1941 en Filadelfia. Atraído por la simbología de la artesanía y decoración colonial, a comienzos de los años 60 recaló en San Francisco, donde acabó por convertirse en uno de los principales representantes del arte psicodélico. Aportó un estilo personal desvinculado de la recarga del *póster lento* y su ornamentación.

Interesado en el arte simbólico, ha investigado en el simbolismo de la geometría. Singer describe sus collages como "poesía visual".

Diseñó más de 70 pósters (más que ningún otro artista) para Bill Graham y el *Fillmore West* (fue suyo el cartel que anunció la clausura de la sala en 1971), *Winterland* y otras salas. Durante los siguientes años trabajó en más pósters para bandas como Rolling Stones o Santana.



Grateful Dead, principios de los 70

- Drew Struzan

Pintor estadounidense nacido en 1947. Graduado en el *Art Center College of Design* de Pasadena, trabajó en la empresa *Pacific Eye and Ear* (ver apartado 4-4-2-7), en Los Angeles, como ilustrador de portadas de discos.

A partir de 1976 se especializó en pósters de películas en la empresa *Pencil Pushers*. Fue el autor de los carteles para las exitosas franquicias *La guerra de las galaxias* e *Indiana Jones*, lo que le granjeó la admiración del público y los propios directores de las películas.

Dentro de su trabajo de *cover art* discográfico destacan *Baron Von Toll Booth* (1973), de Jefferson Starship, *Scorching Beauty* (1975), de Iron Butterfly, *Sabbath Bloody Sabbath* (1973), de Black Sabbath, *Greatest Hits* (1974), de Alice Cooper Group, o *Welcome to my nightmare* (1975), de Alice Cooper (en solitario).

Para estos trabajos Struzan utilizó diferentes técnicas que incluían lápices de colores, óleo o acrílico sobre tabla y aerógrafo.



Black Sabbath, *Sabbath Bloody Sabbath* (frontal/trasera), 1973

- Ethan A. Russell

Fotógrafo neoyorquino nacido en 1945, cuyas son portadas para bandas tan importantes como Beatles, Rolling Stones o The Who.

Rusell es el creador de imágenes fundamentales en la iconografía rock: fotografió el último concierto de los Beatles en el tejado de Abbey Road (cuyas imágenes ilustraron la portada de *Let it Be*), el concierto de Altamont de los Rolling Stones, y las imágenes que acompañaron el famoso disco *Who's Next*, de The Who.

Pionero del video musical, ha sido nominado al premio Grammy en muchas ocasiones.

“Puedo estar interesado en una fotografía por una multitud de razones - forma, ejecución, técnica (de hecho estos elementos llegaron a tener un interés separado para mí mientras me volvía mejor en mi trabajo) pero lo que realmente me importa es como una fotografía me afecta emocionalmente. Y todavía es el caso y todavía es lo que persigo con mi trabajo como artista.” (7)



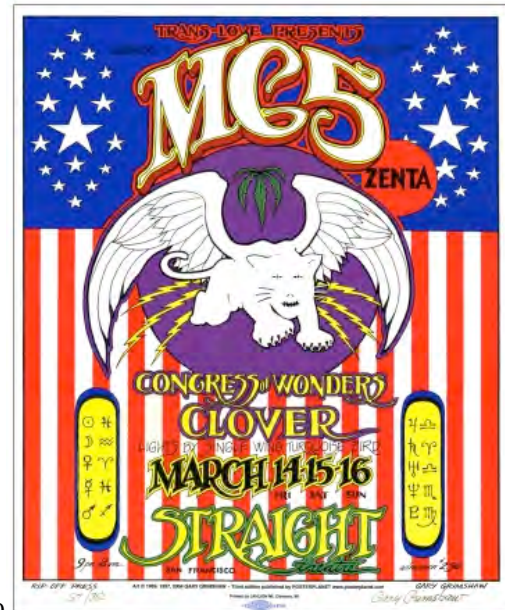
The Who, *Who's next*, 1971

“I can be interested in a photograph for a host of reasons – form, execution, technique (in fact these elements came to hold a separate interest for me as I became better at my craft) but what really matters to me is how a photographs affects me emotionally. And that is still the case and still what I aim for in all my work as an artist” (7)

- Gary Grimshaw

Artista gráfico americano que trabajó en Detroit (su ciudad natal) y San Francisco. (donde trabajó con la revista *Creem* y fue director del *Art Rock Gallery*) Uno de los mayores representantes del póster rock, además de activista en el *White Panther Party*, (el grupo político contracultural vinculado a la banda MC5).

En sus inicios produjo carteles para el *Grande Ballroom* (sala mítica de la escena de Detroit) y los MC5.



MC5, 1969

- George Hardie

Nacido en 1944. Diseñador gráfico, ilustrador, y habitual colaborador de Hipgnosis en la creación de portadas discográficas rock. Estudió en el Royal College of Art londinense. Se unió a los ilustradores Bob Lawrie, Malcolm Harrison y Bush Hollyhead.

Es el responsable de la portada de *Led Zeppelin I* (1968), *The Dark Side of the Moon* (1973), y *Wish you were here* (1975), ambos de Pink Floyd.

Hardie se define asimismo como diseñador, ilustrador y profesor.



10cc, *Sheet Music*, 1974

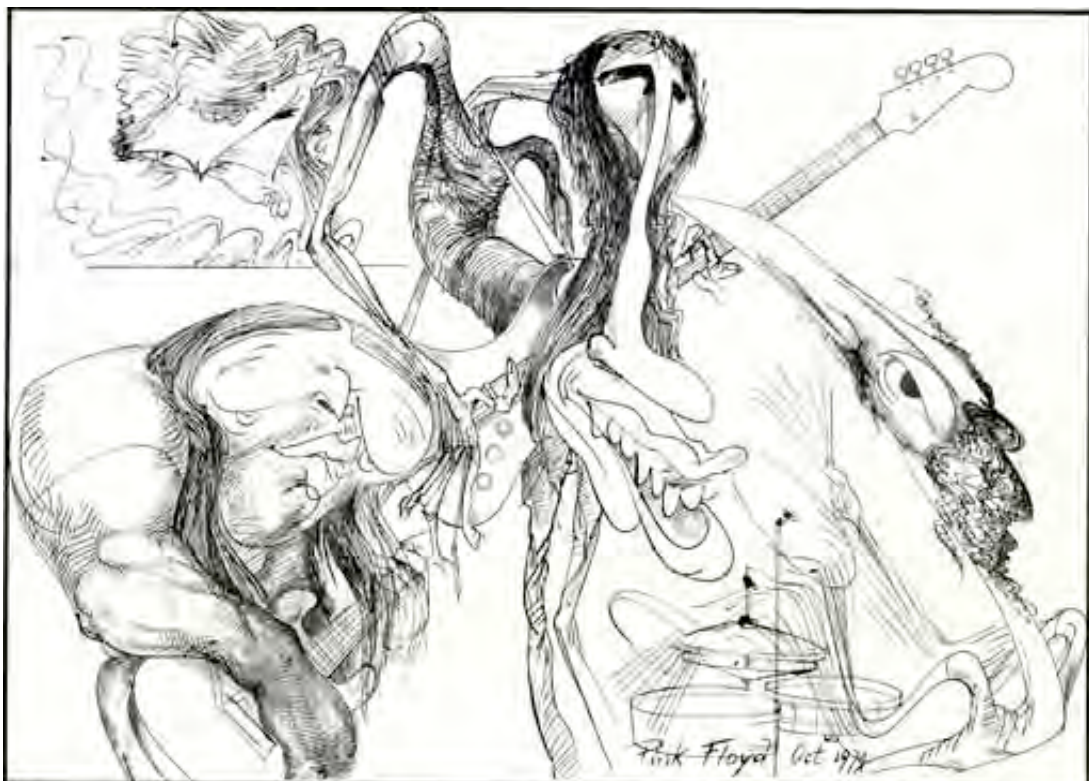
- Gerald Scarfe

Ilustrador británico, nacido en 1936, estudiante en la Saint Martin's School of Art de Londres y en la London College of Printing. Influenciado enormemente por el dibujante inglés Ronald Searle, de quien heredó un trazo incisivo y sus características deformaciones.

Durante los años sesenta, Scarfe trabajó para las revistas y periódicos *Private Eye*, *Punch*, *The Evening Standard*, *The Daily Sketch*, *The Sunday Times*, y el *Daily Mail*, en las que trabajó como caricaturista.

Scarfe suele citar una frase de Dalí usándola para sí: *La única diferencia entre un loco y yo es que yo no estoy loco*. Aunque a menudo ignorado por la gran masa de críticos de arte, con la excepción de algunos como John Berger, el trabajo de Scarfe continúa una tradición en la que se encuentran relevantes artistas como Goya, Daumier, Picasso o Francis Bacon, todos ellos investigadores y retratistas de la condición humana al tiempo que empleadores de una iconografía deforme y extravagante.

A comienzos de los 70 fue contratado por Pink Floyd después de que la banda viese su película animada *A Long Drawn Out Trip* (1973), en la que Scarfe retrataba sarcásticamente el modo de vida americano. El primer trabajo que Scarfe hizo para el grupo fue el cartel de la gira de 1974, con el que caricaturizó a sus cuatro componentes. Para la gira de *Animals* (1977), llamada *In the Flesh*, el artista hizo varios clips animados, destacando el de *Welcome to the Machine*, para la canción del mismo título del disco *Wish you were here*. Este video fue precedente de lo que vendría a ser el trabajo por el que Scarfe es conocido en el mundo del rock: las ilustraciones y animaciones para el disco y posterior película *The Wall* (1979 en el caso del primero, 1981 de la segunda). En ellas, y al hilo del complejo argumento elaborado por Roger Waters, que daba de la mano reflexiones sobre el sistema educativo británico, la herencia de la Segunda Guerra Mundial, la alienación en la sociedad contemporánea y la ingratitud de la industria musical; Scarfe esbozó un complejo entramado de ilustraciones grotescas, que dieron una vuelta de tuerca a su peculiar imaginario.



Pink Floyd, 1974

- Guy Peellaert

Comparado por Jim Steranko (artista de cómic americano) con Andy Warhol, quién dijo que era su equivalente americano.

Peellaert nació en Bélgica, en una familia aristocrática. Sus padres lo sumergieron en la tradición del jazz, el cine y la cultura anglosajona, lo que puede explicar su posterior trabajo. A mediados de los años sesenta se trasladó a París, donde trabajó como publicitario, cartelista y decorador en teatros.

En 1966, la revista satírica *Hara-Kiri*, publicó sus *Les aventures de Jodelle*, que según el *New York Magazine*, puso un nuevo listón en la sofisticación del cómic. En él, Peellaert apostó por un color plano saturadísimo, y una estilización formal que lo acercó al arte psicodélico. Satirizó a luminarias del cómic como Astérix o Flash Gordon y modeló a los personajes a partir de protagonistas de la cultura popular como los Beatles, James Bond, el Marqués de Sade, Jesucristo o el cantante francés Sylvie Vartan.

Pravda, la surviveuse, se publicó en 1967 y fue su segundo cómic. Poco después marchó a Alemania donde trabajó como animador. Intentó adaptar el libro *Awopbopaloobop Alopbamboom* del escritor Nik Cohn.

Su obra más famosa fue *Rock Dreams*, editada en 1973, que hizo con la colaboración de Cohn.

En este libro, 125 ilustraciones hiperrealistas presentaban a músicos de rock en situaciones sarcásticas o surrealistas. El estilo elaborado de este trabajo le valió el sobrenombre de *Miguel Ángel del arte pop*.

Su primera portada discográfica fue *Diamond Dogs* (1974), de David Bowie. Aquel mismo año vería la luz *It's only rock and roll* de los Rolling Stones, y Peellaert también hizo la portada.

En 1976, diseñó el póster de *Taxi Driver*, la famosa película de Martin Scorsese.



Bob Dylan, de la serie *Rock Dreams*, 1973

- Hapshash and the Coloured Black Coat

Grupo formado por los diseñadores Michael English y Nigel Waymouth.

English flirteó con estéticas arte Pop en gafas de sol a las que pintó la bandera británica, o camisetas donde escribió *'Jesus Saves'*. Para Barry Miles, la icónica imaginaria sesentera del *'Swinging London'* incansablemente usada en las películas

de *Austin Powers*. Waymouth era uno de los dueños del almacén *Granny takes a trip*, y se encargó de su decoración exterior.

El nombre del colectivo se les ocurrió tras mirar un libro sobre la expedición de egiptólogos tras los pasos de la reina Hapshepsut y combinar su nombre con el de *Hash* (hachís).

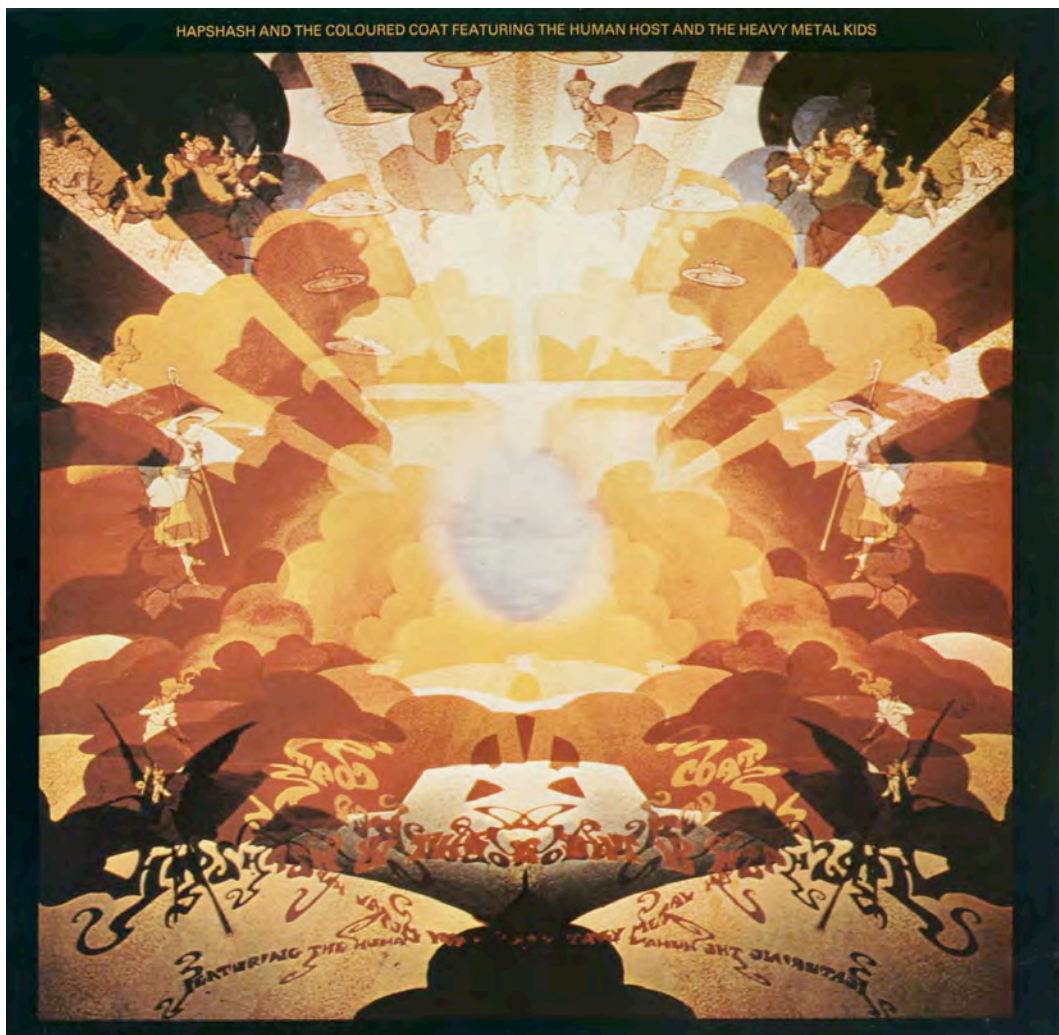
Las obras que el equipo creó se inspiraron fuentes comunes del arte psicodélico como el *Art Nouveau*, a las que añadieron toques de la imaginería mística inglesa y algunas pinceladas de ciencia ficción.

El sistema empleado por ambos artistas era colaborativo, interactuando en la creación de piezas serigrafiadas. La intencionalidad de English y Waymouth iba más allá de lo puramente creativo. En consonancia con el credo hippie, perseguían brindar una experiencia basándose en diferentes recursos, todos emparentados con lo visionario.

Tras pintar la fachada de la boutique psicodélica *Granny takes a trip* en 1966, juntos crearon el equipo de diseño y banda de rock al mismo tiempo *Hapshash and the coloured coat*.

Michael English había estudiado en la escuela de Ealing en Londres. Influenciado por Roy Ascott (antiguo alumno de Richard Hamilton), Michael English dio de la mano estéticas provenientes al mismo tiempo del *art nouveau*, prerrafaelismo, la ilustración infantil británica, *light-shows*, y de la ciencia ficción. Aplicó todo ello a imágenes en el periódico underground *International Times* y otros productos como bolsas o camisetas, y especialmente a pósters al servicio de clubes como el UFO.

En los años setenta Michael English se reconvirtió en un pintor hiperrealista y aerografiador publicitario.



Hapshash and the coloured coat, 1967

- Heinz Edelmann

Ilustrador y diseñador alemán, fue responsable creativo de la película *Yellow Submarine* de los Beatles en 1968, trabajo por el que es más conocido. Años después diseñó a *Curro* la mascota de la Exposición de Sevilla de 1992.

Comenzó como ilustrador y diseñador independiente a finales de la década de los cincuenta, haciéndose cargo de los carteles para la radio WDR alemana o portadas de libros de la editorial Klett-Cotta. Fue también profesor en la academia de Bellas Artes de Stuttgart, hasta 1999.

La estética de *Yellow Submarine*, es comparada con otros ilustradores de la época como Seymour Chwast y Milton Glaser.

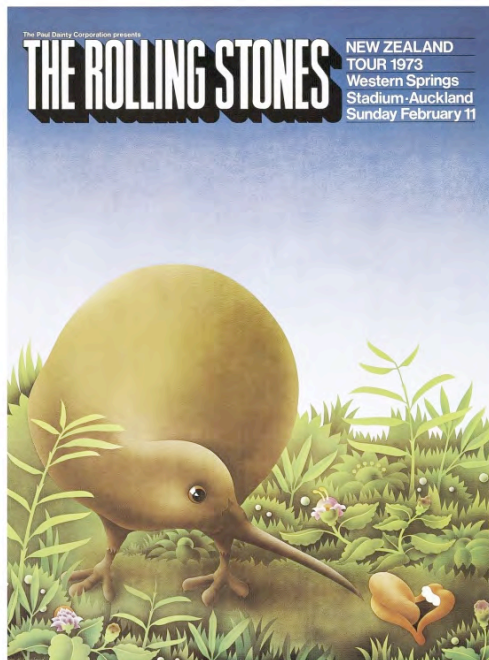


Yellow Submarine, 1968

- Ian MacCausland

Ilustrador nacido en Melbourne (Australia), ha trabajado para bandas como Little River Band, los Aztecs, Spectrum, y otras bandas de su país. Destaca su portada para *The Great Australian Rock Festival Sunbury* en 1973. Trabajó para la revista *Go-Set* a comienzos de los 70 antes de pasar a *Mushroom Records*.

McAusland es muy conocido por los pósters que hizo para las giras australianas de los Rolling Stones.



The Rolling Stones, *New Zealand Tour*, 1973

- Jim Ladwig

Encargado del departamento artístico de Mercury Records, donde se encargó de la creación de portadas y empaquetado de discos. Ladwig se distinguió por su originalidad y por requerir la participación activa del espectador.

Su equipo desarrolló junto a Andy Warhol la portada de *Sticky Fingers* de Rolling Stones (ver apartado 5), *Oh La La* de The Faces (1973) donde el hombre de la portada movía sus ojos y boca.



Oh La La, The Faces

- John Hammersveld

Nacido en 1941, Hammersveld es uno de los ilustradores más importantes de la psicodelia. Estudió en el Art Center College of Design de California.

Autor de uno de los íconos de la cultura surf, el póster *The Endless Summer* (1964). Su trabajo se puede observar en discos como *Magical Mystery Tour* de los Beatles, *Crown of Creation* de Jefferson Airplane, *Skeletons in the Closet* de Grateful Dead, *Hotter than than hell* de Kiss, o *Exile on Main Street* de los Rolling Stones.

fue responsable del departamento de arte de Capitol Records desde 1965 a 1968. Durante este periodo hizo más de 50 portadas, incluyendo *Wild Honey* de los Beach Boys.



Jimi Hendrix, 1968

- John Pasche

“¿Unos labios blandos y una lengua flácida? ¿No se supone que el rock era una cosa de tipos duros? Busqué que el estilo fuera blando, seductor y femenino porque creo que la boca de la mujer resulta mucho más atractiva. Tan simple como eso. Además, los Stones vestían extravagantes en sus inicios y Jagger tenía un lado femenino muy marcado” (8)

Autor del logo de los Rolling Stones, posiblemente el símbolo más conocido de la historia del rock.

Pasche (nacido en 1945) se graduó en el Royal College of Art de Londres, donde permaneció de 1967 a 1970. En 1969 hizo el póster para la película *Judex*, y un año después para *Y dios creó a la mujer*.

Siendo aún estudiante, en 1970, Mick Jagger requirió sus servicios para el póster de la gira de los Rolling Stones de aquel año (y para los siguientes).

El logo de la boca apareció por primera vez en el disco *Sticky Fingers* (de ahí su atribución a Andy Warhol, que fue quién hizo la portada). Según Pasche, la primera cosa que llamaba la atención al encontrarse con Jagger era el tamaño de sus labios y boca, razón por la que pudo inspirarse para su imagen. No obstante, como el propio Pasche recuerda, fue el mismo Jagger quién le mostró una imagen de la diosa hindú Kali (diosa del tiempo y los cambios). Esta diosa es representada con la lengua fuera.

“los labios y la lengua eran, desde luego, una referencia directa al vocalista pero, también, un símbolo de la imagen irreverente que, todavía por aquel entonces, tenía el grupo. El “logo” bebía del Pop y era simple y directo, quizá por ello ha resistido tan bien el paso del tiempo” (9)

Pasche fue pagado con 50 libras por su imagen, y recompensado con otras 200 en 1972 por su éxito. En 1973 diseñó la imagen promocional para *Goat head's soup*, en la que se veía una olla con una cabeza de cabra ("goat", en inglés) dentro. También hizo la portada para el sencillo *She's so cold*.



- Joni Mitchell

"Soy pintora primero, y música segundo. Siempre he pensado de mí cómo una pintora descarrilada por las circunstancias" (10)

Cantautora y pintora canadiense, ha creado casi todas las portadas de sus discos, en las que ha desplegado un amplio abanico de influencias y estilos. Ella misma destaca que su vocación fundamental es la pintura. Mitchell posee un estilo muy ecléctico, que varía en función de la imagen que crea para ilustrar sus portadas.

La portada de *The hissing of summer lawns* (1975), fue destacada por Storm Thorgerson en su libro *100 best album covers*.



The Hissing of the summer lawns, 1975



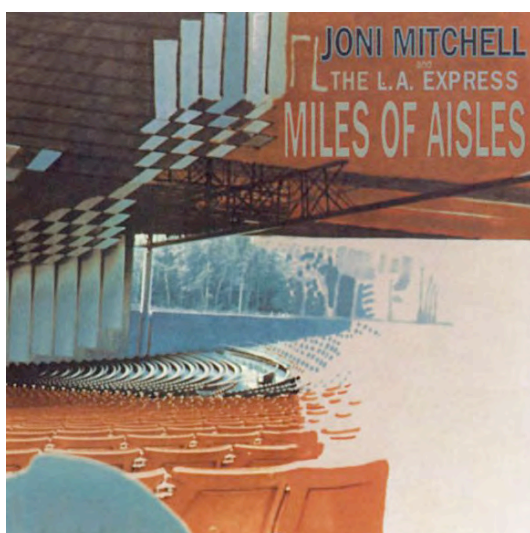
Song to a seagull, 1968



Clouds, 1974



Court and Spark, 1974



Miles of Aisless, 1974



Mingus, 1979

- Justin de Villeneuve

Fotógrafo británico que lanzó la carrera de la supermodelo Twiggy, con la que tuvo una relación sentimental y comercial.

Fotografió a David Bowie y la propia Twiggy para la portada del disco *Pin Ups* (1973), del cantante inglés.



Pin Ups, 1973

- Lee Conklin

Artista estadounidense nacido en 1941, comenzó su trabajo como dibujante de cómic en un periódico de su instituto. Estudió filosofía e historia en el Calvin College de Gran Rapids, y dibujaba en su tiempo libre.

Trasladado a San Francisco, empezó a realizar pósters para los conciertos de rock de la ciudad a partir de 1968, contratado por Bill Graham, y se asentó como uno de los artistas más reputados de la ciudad. Influenciado por Heinrich Kley y Saul Steinberg.

El trabajo de Conklin es denso en detalle y elaboración, predominando una imaginería antropomórfica. Es particularmente famoso por la portada del primer disco de Santana, titulado homónimamente, en 1969.



Santana, 1969

- Malcolm Garrett

Diseñador gráfico británico, nacido en 1956, ampliamente reconocido como uno de los desarrolladores clave en la evolución del diseño gráfico contemporáneo en el Reino Unido.

Estudiante de tipografía en la universidad de Reading, saltó a la fama gracias a su trabajo con la banda punk Buzzcocks, especialmente gracias a la portada del sencillo *Orgasm Addict* (1977).

Garrett cita a Hawkind y Barney Bubbles como una gran influencia en su trabajo con los Buzzcocks.

“Durante el tiempo que trabajé con los Buzzcocks, traté de conseguir que todo tuviera un aspecto de unidad: no había nada en los pósters, chapas o portadas que pareciera haber sido hecho por otra persona” (11)

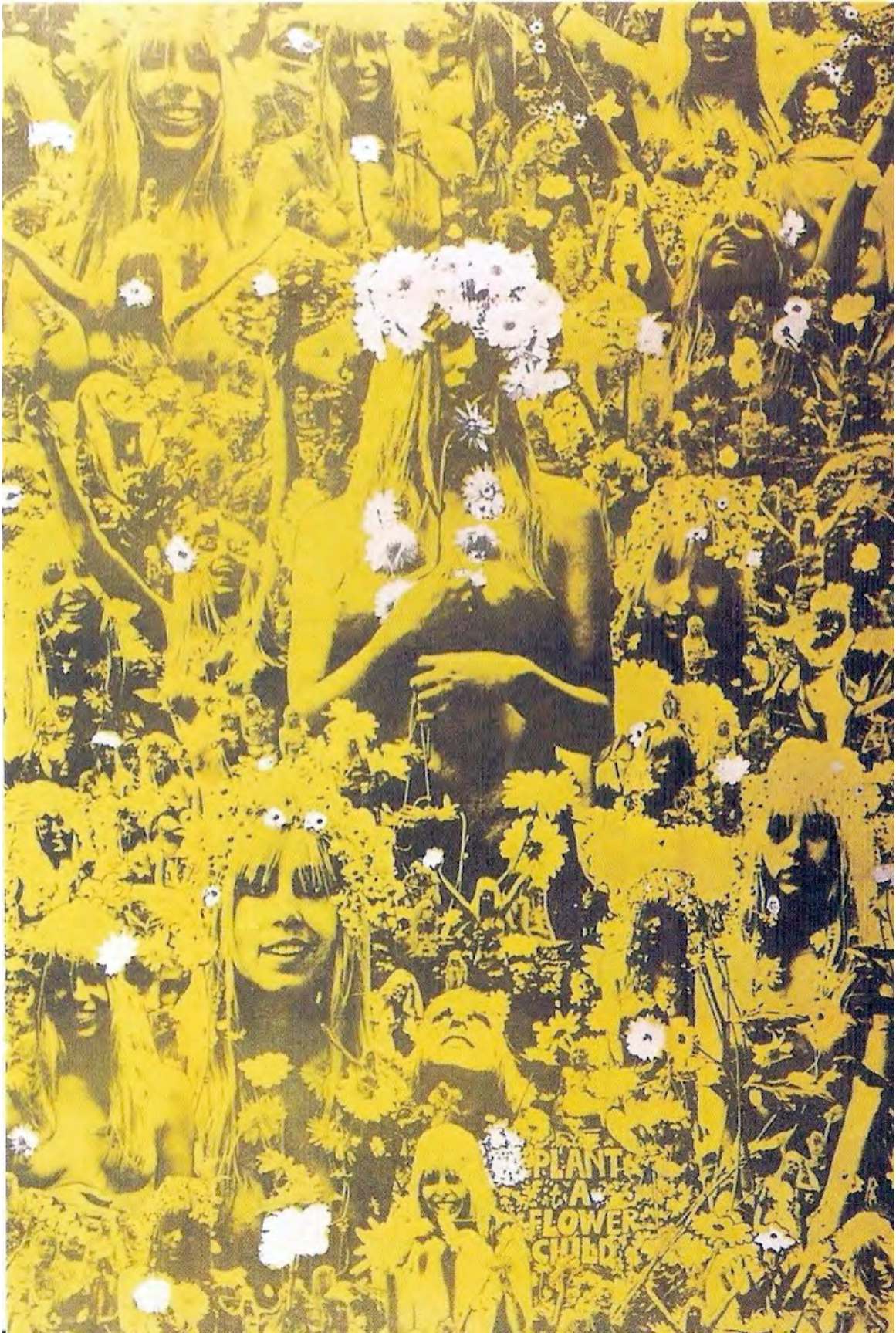


Orgasm Addict, 1977

- Martin Sharp

Trabajó en el magazine artístico *The Arty Wild Oat*. Compartió estudio con el fotógrafo Bob Whitaker, que hizo la portada de los Beatles *Yesterday and Today* (en la que salían vestidos de carniceros)

Sus trabajos más conocidos incluyen el póster *Plant as a power child* y la portada del disco de Cream *Disraeli Gears*, uno de los paradigmas del arte psicodélico británico. Sharp trabajó en más portadas, como *Wheels of Fire*, también de Cream.



Plant as a flower child, 1968

- Michael Cooper

Amigo y fotógrafo de los Rolling Stones, a quién retrató durante la primera década de su existencia, (además de los Beatles, Eric Clapton o artistas como Francis Bacon o Andy Warhol), muy conocido por sus imágenes de los años sesenta. Contratado por Vogue para realizar fotografía de moda, su objetivo pronto se fijó en la intimidad de las estrellas de los años sesenta.

Su prematura muerte, a los 32 años de edad, eclipsó su fama, al tiempo que las longevas carreras de otros fotógrafos contemporáneos como David Bailey o Terence Donovan han logrado un mayor reconocimiento que oscurece parcialmente el trabajo de Cooper.



The Rolling Stones, 1967

- Mike McInnerney

Diseñador británico, empezó sus estudios en el College of Printing londinense para en 1966 dejar sus estudios y hacerse cargo del puesto de editor artístico en el periódico contracultural *International Times*. Autor de murales (*Flying Dragon*, pintado en 1967) y pósters (*Legalise Pot*, 1967), McInnerney se dejó seducir por los patrones orientalistas a los que la psicodelia se vinculó (algo que se deja ver en las referencias citadas).

En 1969 ilustró la portada de *Tommy*, la célebre ópera-rock de The Who. Al igual que el líder de éstos, Pete Townshend, McInnerney era un ferviente creyente en las enseñanzas del gurú hindú Meher Baba.

El artista vio en *Tommy* el perfecto vehículo para expresar sus intereses visuales y conceptuales, vinculados con la espiritualidad. Afín como era a las estructuras del *Op Art* y al Surrealismo, McInnerney elaboró imágenes - símbolos para momentos claves en la historia del disco.

La cubierta exterior representaba un globo como la Tierra, en un espacio infinito que sólo puede ser imaginado. La imagen interior con su muro y luces era un símbolo del espacio en el que todos vivimos.

“La portada para la ópera rock 'Tommy' por The Who ha tenido una larga vida propia, suficientemente larga para verse adaptada a los cambiantes formatos de la

industria discográfica evolucionando de analógica a digital. Ha mutado para ajustarse a camisetas, portadas de libros, impresiones enmarcadas de pared, proyecciones de conciertos, etc. Como una canción, es una imagen gráfica que se ha convertido en un parte de las vidas de la gente. También me gusta el hecho de que para mí aún conserva su significado después de haber pasado 43 años desde que la hice” (12)



Tommy, 1969

“The album cover artwork for the rock opera ‘Tommy’ by the Who has had a long shelf life, long enough to see it adapt to the shifting formats of a recording industry evolving from analogue into digital. It has also morphed to fit onto T shirts, book covers, framed wall prints, concert projections etc. Like a song, it is a graphic image that has become a part of peoples lives. I also like the fact that it still holds its meaning for me 43 years after I made it.” (12)

- Paul Whitehead

Pintor británico, estudió en la Escuela de Arte de Oxford, formándose como comisario. A finales de los 60 fue el director artístico de la revista *Time Out* en Londres. Gracias a ese trabajo pronto fue responsable de las portadas de *Genesis* y *Van der Graaf Generator*, por las que se hizo conocido.

Whitehead ha trabajado además con Tom Fogerty, Renaissance, High Tide o Mott the Hople.



Fox trot, 1972

- Pennie Smith

Fotógrafa inglesa, formada en la Escuela de Arte de Twickenham a finales de los años 60. Colaboradora del magazine *Friendz* donde trabajó con Barney Bubbles y Nick Kent, pasó después a la revista *New Musical Express*.

Su obra incluye pósters para la gira de Led Zeppelin de 1970, la portada de *Never Never Land* (1970) de los Pink Faries y fotografías para innumerables artistas hasta la actualidad. Entre éstas se encuentra la icónica imagen del bajista de The Clash, Paul Simonon, estampando su bajo contra el suelo, que sirvió de portada al popular *London Calling*. Esta imagen recibió el premio de *Mejor imagen de la historia del Rock and roll* por la revista Q en 2002.



Paul Simonon, 1979

- Peter Corrison

Diseñador gráfico neoyorquino, estudiante en la escuela de arte de Filadelfia. Creador de portadas para muchas bandas de rock a ambos lados del Atlántico, trabajó con Andy Warhol. Sus piezas más famosos son *Physical Graffiti* (1975), de Led Zeppelin y *Some Girls* (1978), de Rolling Stones.



Physical Graffiti, 1975

- Randy Tuten

Artista estadounidense autodidacta, nacido en 1946, trabajó para Bill Graham, quién le encargó pósters para el *Fillmore Auditorium* a partir de 1969. El influjo de los grandes cartelistas psicodélicos como Rick Griffin (su mayor influencia, según él mismo) o Alton Kelley, y por herencia directa de estos, del cartelismo de comienzos del siglo XX, se deja notar en sus obras.

Las imágenes de Tuten despliegan un imaginario repleto de trenes, barcos, coches y aviones, combinados con tipografías y colores propios del arte psicodélico.

El póster BG199, que Tuten diseñó para un concierto de Led Zeppelin es uno de sus trabajos más conocidos. Se distinguió por alejarse de la tipografía del *póster lento* (las letras eran perfectamente legibles) y por introducir el elemento del dirigible, propio del grupo, en un nuevo contexto: un hangar, que el artista colocó intencionadamente para distinguirse de la típica imagen del aeronave surcando el cielo.



BG199, 1969

- Richard Evans

Nacido en 1945, Evans es un diseñador británico. Estudió en la escuela de arte de Nottingham y en Leicester. Diseñó los zapatos de varios protagonistas glam como Elton John o Roxy Music. Colaboró con Hipgnosis hasta que creó su propio estudio en 1976. Ha sido encargado de crear portadas, pósters y merchandising para innumerables bandas, entre ellas destaca The Who, para la que fue director creativo.

Evans ha escrito un libro llamado *The Art of the Album Cover* (El arte de la portada discográfica).



Free Hand, 1975

- Richard Hamilton

Artista británico, especializado en pintura y collage, uno de los principales representantes del arte pop en Gran Bretaña.

Formado en la Slade School of Art de Londres, en 1956 ganó notoriedad con su obra *¿Qué es lo que hace que las casas de hoy sean tan diferentes, tan atractivas?*. Ésta era un collage que representaba la vida diaria y la cultura popular de la época.

Hamilton nos interesa especialmente por su trabajo para el *White Album* de los Beatles en 1968. "Respondiendo" a su anterior trabajo, *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, que tenía una recargada y colorista cubierta de Peter Blake, el artista optó por un immaculado blanco en el que sólo se leía el nombre del grupo y el número de serie. Hamilton utilizó este último para crear lo que en sus palabras era "una situación irónica de una edición numerada de cinco millones de copias", (que al final sólo se hizo en los dos primeros millones) teniendo en cuenta la popularidad de los Beatles.

La influencia de Hamilton se sintió también en *The Who Sell Out* (1967) de The Who. El grupo hizo acompañar el disco con anuncios falsos incluidos entre las canciones y un arte gráfico acorde a su naturaleza pop. Hamilton fue también profesor de Bryan Ferry, líder de Roxy Music.



The White Album, 1968

- Robert Crumb

Ilustrador e historietista estadounidense nacido en 1943. Considerado padre del *cómic underground*. Influenciado por los dibujantes de la revista *Mad* como Will Elder o Harvey Kurtzman (para quién trabajó en la revista *Help*), E. C. Segar, que creó a Popeye, o Carl Barks, dibujante del pato Donald, entre otros; las raíces del estilo de Crumb se remontan al cómic e ilustración de los años 40 y la tradición ilustrativa norteamericana.

En 1967 se trasladó a San Francisco donde al año siguiente vio la luz su revista *Zap Comix*, publicación que Crumb empleó para versar sobre temas como la cultura popular, la política o el sexo. Su trabajo está muy relacionado con el de Gilbert Shelton, otro autor de la época.

- Robert Mapplethorpe

"Cuando le pregunté qué lo impulsaba a crear aquellas imágenes respondió que alguien tenía que hacerlo, que por qué no él. Tenía una posición privilegiada para ver actos de sexo extremo consensuado y sus modelos confiaban en él. Su misión no era poner nada de manifiesto, sino documentar un aspecto de la sexualidad como arte, dado que no se había hecho hasta entonces. Lo que más le estimulaba como artista era crear algo que nadie más había hecho" (14)

Fotógrafo neoyorquino, amigo de Patti Smith. Empezó haciendo dibujos y collages con imágenes que se apropiaba de revistas o libros, pasando después a fotografiar con Polaroids.

Su obra es de unas características formales y temas clásicos (desnudos eróticos de estética sadomasoquista, naturalezas muertas y bodegones), predominantemente en blanco y negro. Los retratos de Mapplethorpe crean una visión del cuerpo humano escultórica (no en vano, el artista estaba obsesionado con los *Esclavos* de Miguel Ángel).



Horses, 1975

- Ron Raffaelli

Fotógrafo norteamericano, graduado en el Art Center College of Design de California. Conocido fundamentalmente por su obra en torno al rock durante los años sesenta y setenta, así como por su fotografía erótica.

Raffaelli se dio a conocer después de que Jimi Hendrix lo eligiese cómo su fotógrafo personal con sólo 23 años de edad. A partir de ese momento continuó fotografiando a otras estrellas del rock cómo Blind Faith, The Rolling Stones, Led Zeppelin o Fleetwood Mac tanto para pósters como portadas de discos.



Free, 1969

- Tadanori Yokoo

Ilustrador y diseñador gráfico japonés, nacido en 1936. Influenciado por el *Push Pin Studio* neoyorquino, donde trabajaban Milton Glaser y Seymour Chwast, o el director de cine Akira Kurosawa.

Yokoo ha sido nombrado el *Andy Warhol japonés*. Desde los años sesenta ha sido atraído por la cultura popular aunque siempre desde una óptica muy personal.

Es situado al lado de los diseñadores Wolfgang Weingart (Suiza), Rambow, Lienemeyer y Van de Sand en Alemania en un grupo de creadores de pósters característicos de finales del siglo XX.

En 1974 hizo la portada del disco *Lotus* de Santana, con unas imágenes en su interior que aludían a una unión espiritual.

En 1975 creó la imagen para *Agharta* para el trompetista estadounidense Miles Davis en la que daba de la mano la tradición japonesa con cultura popular en un collage cuyo nombre remitía al libro *La tierra vacía* de Raymbon Bernard, siendo Agharta la capital de un mundo subterráneo descrito en el mismo.

“Mi trabajo es una combinación de collage, aerografía y pintura. Me gusta coleccionar postales, y en esta portada para Miles Davis usé algo que había traído de Tahiti y Nueva York. Cuando el trabajo artístico acabó no mandé el trabajo original al cliente. Tengo mis propias láminas impresas hechas en Japón porque es más fácil revisar mi trabajo. No toco el trabajo una vez está hecho. Sólo estoy preocupado con la calidad de las láminas” (15)



Amigos, 1976

“My work is a combination of collage, airbrushing, and painting. I like collecting postcards, and on this cover for Miles Davis I used some that I had brought back from Tahiti and New York. When the artwork is finished I don't send the original work itself to the client. I have my own printing plates made in Japan because it's easier to check my work. I don't touch the work once it's done. I am only concerned with the quality of the plates.” (15)

- The Fool

Formado por los artistas holandeses Marijke Koger y Simon Posthuma, y los británicos Barry Finch y Josje Leeger, especializado en diseño de moda y diseño artístico. Tomaron su nombre de una carta del tarot.

Más conocidos por su tienda de ropa, también fueron responsables de crear pósters psicodélicos.

El más conocido de ellos fue *A is for Apple*, realizado para los Beatles. Pintaron un mural en la Apple Boutique (abierta en verano de 1967 y cerrada un año después) de los Beatles en la Baker Street, que fue borrado después de quejas de los vecinos. Decoraron el piano de John Lennon, y se encargaron del diseño interior del *Sgt. Pepper's* que al final fue reemplazado por la fotografía del grupo. Las prendas que el grupo de Liverpool llevaba en la filmación de *All you need is love* fueron obra de The Fool.



A is for apple, 1967-68

Los Beatles les ayudaron a producir su primera película en 1968, llamada *Wonderwall*. Su portada más conocida es la que hicieron para *The Incredible String Band* en 1967.

El colectivo se separó en 1969.

- Tom Phillips

Artista británico, nació en 1937. Se formó en la Camberwell School of Art, teniendo como profesor a Frank Auerbach, entre otros.

Posteriormente, él mismo fue profesor en Bath y Wolverhampton, donde dio clase a Brian Eno.

Diseñó las portadas de *Starless* de King Crimson en 1974, *Another Green World* de Brian Eno en 1975, y fue uno de los artistas encargados de retratar a Pete Townshend en la portada múltiple de *Face Dances* de The Who, en 1981



Another green world, 1975

- Zacron

Artista multimedia, poeta y escritor británico, estudió en el Kingston College of Art, coincidiendo con Jimmy Page o Eric Clapton, entre otros. Estudió pintura, dibujo, diseño y grabado. Más tarde pasó por la Royal Academy. Es conocido por haber diseñado el embalaje de *Led Zeppelin III*, tercer disco de la banda británica.

En 1978 formó la *Escuela de nuevos visionarios*.



Led Zeppelin III, 1970

Citas y Bibliografía

1. <https://lamanufacturera.com/la-imaginacion-infinita-alan-aldridge/>
2. <http://www.adcglobal.org/archive/hof/1998/?id=318>
3. *Alphonse Mucha 1860 – 1939: Seducción, Modernidad, Utopía* – Pág. 27
4. *Alphonse Mucha 1860 – 1939: Seducción, Modernidad, Utopía* – Pág. 13
5. <http://graffica.info/arturo-vega-ramones/>
6. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 508
7. <http://blog.photoshelter.com/2010/03/history-rocknroll-ethan-russell/>
8. <http://rollingstone.es/specials/view/john-pasche-creador-del-logo-de-los-rolling-a-mick-le-gusto-en-cuanto-lo-vio>
9. <http://designthinks.blogspot.de/2008/09/john-pasche-y-la-lengua-de-los-rolling.html>
10. <http://jonimitchell.com/paintings/>
11. *England's dreaming – Los Sex Pistols y el Punk Rock*, Savage, Jon – Pág. 507
12. <http://drawitout.blogspot.com.es/2011/06/mike-mcinnerney.html>
13. <http://www.guardian.co.uk/books/2011/nov/20/robert-crumb-album-covers>
14. *Eramos unos niños*, Smith, Patti – Pág. 252
15. *100 Best ALBUM COVERS*. Thorgerson, Storm y Powell, Aubrey – Pag, 16

4-4-2 ARTISTAS DESTACADOS

A continuación, y ordenados alfabéticamente, hemos destacado los siguientes artistas por su valía en la creación de arte gráfico relativo al rock.

Hemos procurado que a la relevancia de estos creadores le acompañe una variedad iconográfica que ilustre la disparidad en la creación de imágenes. Ya sea técnica (ilustración, fotografía, pintura o collage) o tipológica y/o formal.

4-4-2-1 ANDY WARHOL

Warhol es el artista más importante que hemos tenido ocasión de estudiar Su mecenazgo de la Velvet Underground, a la postre banda referente en el vanguardismo rock de los años 60; y la importancia que tuvo como creador de portadas discográficas, han provocado que nos detengamos en él de un modo mayor que el resto de artistas aquí recogidos.

Características principales

“Su percepción del consumo como un gesto cultural, su presagio del incipiente triunfo del capitalismo en el desafío entre los modelos sociales simbolizados por la Guerra Fría, revolucionaron irreversiblemente las jerarquías de pensamiento artístico, comenzando con el deceso de las distinciones entre 'alta' y 'baja' cultura. (1)

Artista estadounidense, representante paradigmático del arte pop. Estudió en la Carnegie Mellon University. Andy Warhol fue, antes de comenzar su carrera artística, un diseñador gráfico a las órdenes del brillante Reid Miles (que es conocido fundamentalmente por ser el autor de innumerables fundas de discos de jazz de los años cincuenta). Warhol supo ver en la fría estética que aplicaba en el diseño, un modo de hacer arte. Comenzando como ilustrador y diseñador en los años 50, fue a principios de los 60 cuando alcanzó la fama, empleando el concepto de repetición en su trabajo. Éste no es único en Warhol. Durante los años cincuenta y sesenta, músicos experimentales como LaMonte Young habían trabajado sobre ello.



Count Basie, 1955

“His perception of consumption as a cultural gesture, the foretold of the incipient triumph of capitalism in the challenge between social models symbolized by the Cold War, irreversibly revolutionize the hierarchies of artistic thinking, beginning with the demise of distinctions between 'high' and 'low' culture” (1)

Warhol encontró en la serigrafía, la herramienta técnica que le ayudó a llevar a la práctica estos conceptos. En Agosto de 1962, el artista comenzó a experimentar con esta técnica que le permitía realizar repeticiones sistemáticas con ciertos matices diferenciadores entre imagen e imagen.

No obstante, Warhol tuvo una heterogeneidad creativa que respondió a su intencionalidad pop. El artista supo ver en la "idea pop" una manera de abarcar y experimentar con aquello que le interesase en el momento, sin prestar excesiva atención a la naturaleza técnica o formal de la cuestión.

Creador de portadas de discos

La multidisciplinaria de Warhol ha hecho mella en el reconocimiento que algunas de sus facetas creativas merecen. Sus películas experimentales o sus serigrafías conservan aún un halo de importancia en el panorama artístico contemporáneo. Sin embargo, y como hemos señalado en más de una ocasión, el arte discográfico y su posición en la llamada "periferia del arte", ha hecho, no ya olvidar, pero si relegar a un segundo plano la producción de artistas en este campo.

En el caso de Andy Warhol, tenemos ante nosotros a un creador fundamental, autor de algunas de las fundas más destacadas de la historia del rock.

La carrera de Warhol como portadista de discos presenta más de cincuenta obras, y es un auténtico resumen de su evolución artística. Forma la única constante creativa que el artista preservó a lo largo de toda su carrera, desde 1949 a 1987. Según Stéphane Aquin (comisario de arte del museo Hirshorn de Washington DC):

"Las portadas de discos permiten ellas solas seguir el curso entero de la carrera de Warhol como artista, casi paso a paso, y esto es casi único entre grandes artistas. Aunque ellas no aparecieron en museos o galerías de arte, las portadas de discos se beneficiaron de la paralela distribución en cadena representada por los comerciantes de discos. Warhol entendió completamente este remarcable canal para diseminar su arte. Muchas de las portadas que creó fueron diseñadas para este propósito y no, como a menudo es el caso, existentes trabajos reciclados como cubiertas de grabaciones" (2)

Warhol, en su interés por recurrir a la sociedad de consumo como inspiración, supo ver las posibilidades que le permitía esta diseminación sistemática de su trabajo. Los intereses económicos del artista norteamericano se verían satisfechos con la consiguiente suma de derechos de autor que lograría poniendo su estampa en discos de éxito; pero aún más grato sería su aumento de popularidad.

La aspiración de Warhol pasaba por convertirse en una celebridad, y en esto apenas quedan dudas vista su carrera en perspectiva. Otorgar a su trabajo practicidad y disponibilidad para el público en general, redundaría en unas mayores cotas de fama.

Tenemos que subrayar este hecho: Que uno de los artistas más notorios del siglo XX supiera observar en el *cover art* discográfico, un vehículo de expresión netamente válido, amén de un eficaz aliado difusorio, despeja toda duda sobre la validez y reputación artística que este objeto llegó a poseer.

"The album covers alone enable one to follow the whole course of Warhol's career as an artist, almost step by step, and this is almost unique among great artists. Although they did not appear in museums or art galleries, the album covers benefited from the parallel distribution network represented by the record dealers. Warhol fully understood this remarkable channel for disseminating his art. Most of the covers he created were designed for that purpose and not, as is too often the case, existing works recycled as record jackets" (2)

"Sus diseños de discos son también expresiones de su filosofía del arte: el disco, por ser un múltiplo circulando libremente en el mercado, es un vehículo a través del cual el arte se convierte en accesible a diversas audiencias" (3)



The Rolling Stones, *Love you Live*, 1977

"Me gusta pintar en un cuadrado porque no tienes que decidir si debería ser más largo o más corto, o más largo - corto: sólo es un cuadrado... Ves, creo que todas las pinturas deberían ser del mismo tamaño y el mismo color para que así todas pudieran ser intercambiables y nadie pensase que tiene una mejor o peor pintura. Y si un "maestro de la pintura" es bueno, todos son buenos" (4)

"His record designs are also expressions of his art philosophy: the record, by being a multiple circulating freely in the market, is a vehicle through which art becomes accessible to diverse audiences" (3)

"I like painting on a square because you don't have to decide whether it should be longer-longer or shorter-shorter or longer-shorter: it's just a square... You see, I think every painting should be the same size and the same color so they're all interchangeable and nobody thinks they have a better painting or a worse painting. And if the one "master painting" is good, they're all good" (4)

El concepto de "Participación" en las portadas de Warhol

Generar objetos de arte equivalentes a objetos de consumo. Esta premisa se observa en tres de sus portadas más relevantes. Todas ellas tienen en común la participación activa y directa del espectador para con ellas. La pegatina - platano de *The Velvet Underground & Nico*, la cremallera de *Sticky Fingers* de los Rolling Stones y las diapositivas de *Academy in Peril* de John Cale. Hay algo oculto más allá de la primera imagen que el observador recibe. Éste debe actuar.

Despega la pegatina para dejar tras de sí el fruto rosa, baja la bragueta para descubrir la ropa interior y observa a través de las diapositivas como si estas fueran ventanas.

Al respecto de *Academy in Peril* de John Cale:

"Después de The Velvet Underground & Nico y Sticky Fingers, este tercer y último descubrimiento de Warhol refleja una vez más el impulso voyeurístico del artista. Con su franca, oblicua y evasiva mirada, marcada por el mismo despliegue de marcos, John Cale parece ser capaz de observarnos. Sin embargo, en un intrigante cambio de roles, es nuestro giro para descubrir una serie de retratos del compositor con un simple gesto lo que apoya la observación de Victor Bockris de que Warhol tenía una inclinación por el voyeurismo" (5)



Academy in Peril, 1972

"After The velvet Underground & Nico and Sticky Fingers, this third and last of Warhol's "discovery" covers reflects once again the voyeuristic impulse of the artist. With his frank, oblique or coy gaze, framed by the same slide frames, John Cale seems to be able to observe us. However, in an intriguing reversal of roles, it is our turn to uncover a series of the composer's portraits with one simple gesture, which supports Victor Bokris's observations that Warhol had a penchant for voyeurism" (5)

Exploding Plastic Inevitable - Origen del show rock contemporáneo

“Una grandiosa mezcla de crudo surrealismo y sonido ligero, el EPI determinaría una manera de hacer conciertos y actuaciones que aún continúa hoy en día” (6)

La unión entre Andy Warhol y The Velvet Underground alcanzó su cenit en el espectáculo multimedia *Exploding Plastic Inevitable*. Precedido por los eventos *Launching the Dream Machine* y *The Rites of the Dream Weapon* de Piero Heliczer y Angus MacLise, ejecutados en 1965.

El *Uptight Show* de Warhol fue el estadio previodel *EPI*. En enero de 1966, durante un Congreso de Psiquiatría, este espectáculo, en el que participó la Velvet Underground, ya contenía todos los ingredientes que hicieron famoso a *Exploding Plastic Inevitable*.

En él, Gerard Malanga bailó con un látigo por primera vez, el director Jonas Mekas fue preguntando cuestiones sórdidas de índole sexual a los psiquiatras, algunos de los cuales, escandalizados, abandonaron el recinto.



Fotografías de Ronald Nameth de varios momentos del *E.P.I* en 1967

"Plástico explosivo inevitable", un show en el que Warhol y los suyos aspiraban a, mediante el escándalo y la saturación, dar con un *show* que diera de la mano diversas facetas. Añadieron una mayor sobrecarga al *Up-Tight*, así como una mayor sistematización y ordenamiento.

Las proyecciones de Warhol viraron hacia la recarga y el exceso. Pasó a proyectar varias películas en el escenario, por encima de la banda y los actores al mismo tiempo; y a su vez recurrió a diapositivas pintadas con motivos geométricos que enfatizaban el caótico entramado. Incluso llegó a arrojar imágenes y retratos de los miembros de la Velvet Underground por encima de sí mismos.

“An imposing mix of crude surrealism and tripping sound, the EPI would determine a way of doing concerts and performances that still continues today” (66)

La banda, a su vez, vestía enteramente de negro y cada miembro portaba gafas de sol. La apariencia era trémula y podía parecer parte del atrezzo, pero como Maureen Tucker (batería de la Velvet) se encargó de ratificar, esto era "porqué ellos eran así".

Activo entre 1966 y 1967, en *EPI* se unía el estrafalario aspecto de la banda, los ayudantes de Warhol, Gerard Malanga y Mary Woronow bailando, las proyecciones de éste, las luces estroboscópicas y la bola de discoteca encima de todo. El espectáculo es considerado cómo *retratística total*:

"Fue también una maravillosa extensión de su trabajo como un artista de retrato, por aquí uno tenía un retrato viviente multidimensional operando una noche al mes. Las películas eran retratos de gente en el escenario. La gente en el escenario eran retratos de ellos mismos. Las canciones que los Velvets estaban cantando eran retratos de gente. Y la audiencia, que estaba siendo fotografiada, retratada y cantada mientras veía el show, estaba siendo retratada y volviéndose parte de este gigantesco plástico explosivo inevitable también" (7)

Las luces estroboscópicas eran para Warhol el complemento perfecto para la música caótica de la Velvet Underground. La participación del público era activa, ya que eran bombardeados con la música, las luces y los actores.

EPI entronca con la tradición de *light shows* de los tiempos de la Psicodelia, con el arte de *performance* de los años sesenta y con actuaciones de carácter agresivo y absurdo paralelos en el contexto de mediados - finales de los años 60 cómo el Teatro del Ridículo y el *Living Theater*.

Asimismo, remite al "Gesamkunstwerk" (Obra de arte en común) de Richard Wagner. Algo que corroboramos al observar:

"un lugar de dionisiaca confluencia para varias formas de hacer arte - cine, pintura, danza, música - y el laboratorio para su obra de arte total la Exploding Plastic Inevitable. (...). En este espectáculo multimedia, diseñado para acompañar las actuaciones de la Velvet Underground, Warhol revivió y dio forma concreta al concepto de obra de arte total, la teoría decimonónica de Wagner del Gesamkunstwerk, una utopía formal en la que todos los artes actúan juntos" (8)

Las críticas al *EPI* procedieron de la misma contracultura. El choque con las propuestas contraculturales de la costa oeste, más afines a Psicodelia y hippismo, no se hicieron esperar, y hasta Timothy Leary, gurú del LSD, lo tachó de "*pandilla de cabezas huecas y chiflados anfetamínicos*" (8)

Pese a compartir sentido de la innovación e incluso productor (Tom Wilson) con los *Mothers of Invention*, el grupo de Frank Zappa, la Velvet Underground y el *EPI* no se ganaron las simpatías de los hippies.

La performance warholiana se dio de bruces al girar por el país. La sordidez y oscuridad que encajaron en el contexto neoyorquino, chocaron frontalmente con el boyante "poder floral" de los hippies californianos y el *establishment* que empezaba a generarse alrededor. Si bien algunas voces se alzaron a favor del espectáculo, por lo general las reacciones fueron negativas.

"It was also a marvellous extension of his work as a portrait artist for here one had a multi-dimensional living portrait operating once a night for a month. The movies were portraits of the people on stage. The people on stage were portraits of themselves. The songs The Velvets were singing were portraits of people. And the audience, who were being photographed, filmed and sung about as they watched the show, were being portrayed and becoming part of this giant exploding plastic inevitable too." (7)

The Factory

"Sofisticación, intelectualidad, ambigüedad sexual y una corriente de frivolidad llena de locura son las claves de ese mundo. The Factory es arte, cine música, y Warhol al cien por cien. Lo que él apadrina, existe" (9)

La aspiración warholiana de convertir al artista en una máquina, tuvo su culminación a mediados de los sesenta con la fundación de la *Factory* ("Fábrica", en inglés) en la que el artista se volcó especialmente en la realización de películas de corte experimental. En la *Factory* una pleyade de "freaks" constituyó el séquito warholiano. Un limbo donde realidad y ficción se dieron de la mano y parias de la sociedad de consumo encontraron cobijo. Bajo las faldas de un artista aparentemente interesado en reflejar con precisión maquinista los aspectos más triviales de ésta, se generó un círculo de hedonismo decadente y escapista.

Paradójicamente, fue alrededor del artista - máquina, obsesionado con la objetividad plena (que, sin embargo, no podía disimular su obsesión por lo frívolo), donde se juntaron personajes que no habían podido hallar su hueco en la sociedad.

La *Factory* fue ocupada por un breve periodo, desde enero de 1964 a diciembre de 1967. Era, a efectos prácticos, un loft llano situado en un edificio con fines industriales. Billy Name, que tenía su apartamento completamente decorado en color plata, fue requerido por Warhol para decorar la *Factory* de un modo similar; algo que completaron mediante el uso de espejos, pintura y aluminio.

Warhol alude a las razones de esta obsesión por el color plata:

"Desconozco porqué le gustaba tanto la plata. Debe haber sido algo relacionado con las anfetaminas - todo giraba siempre en torno a ello. Pero estaba genial, era la época perfecta para pensar en plata. Lo plateado era el futuro, era espacial - los astronautas llevaban trajes plateados (...) Las actrices de Hollywood se fotografiaban en platós plateados.

Y quizás más que ninguna otra cosa, lo plateado era narcisista - los espejos eran cocidos con plata. A Billy le encantaban las superficies reflectantes - apuntaló trocitos rotos de espejo aquí y allá y pegó pequeñas secciones de ellos en todas partes" (10)

La autoría de los trabajos realizados en la *Factory* correspondía a Andy Warhol, por ser este el director de operaciones y el responsable del lugar. Pero fue gracias a colaboradores como Gerard Malanga o Billy Name como el artista norteamericano llevó a cabo sus proyectos. Sin olvidar que la "caravana" de *freaks* inspiró directamente la ejecución de muchos.

En 1968, Andy Warhol sufrió un atentado. La responsable, Valerie Solanas, había sido colaboradora suya. Feminista radical y autora del manifiesto *Scum*, en el que proclamaba las "ventajas" de un mundo sin hombres.

Se ha querido ver en la relación del artista con drag-queens, y el cobijo que éste les proporcionó, un modo de rehuir de la compañía de mujeres. Sea cierto o no, Warhol proporcionó a estas personas, la posibilidad de integrarse en una atmósfera en la que sentirse, no ya marginadas, sino auténticas estrellas de una escena. Al mismo tiempo abrió la puerta a la irrupción del glam rock pocos años después.

"Why he (Billy Name) loved silver so much I don't know. It must have been an amphetamine thing - everything always went back to that. But it was great, it was the perfect time to think silver. Silver was the future, it was spacy - the astronauts wore silver suits (...) Hollywood actresses photographed in silver sets. And maybe more than anything, silver was narcissism - mirrors were backed with silver. Billy loved reflecting surfaces - he'd prop broken bits of mirror here and there and paste little sections of them onto everything." (10)



Warhol en el interior de la *Factory* a finales de los 60

4-4-2-2 HIPGNOSIS

Colectivo de diseñadores formado por Storm Thorgerson (1944 - 2013, estudiante de psicología en la universidad de Leicester y de cinematografía, en el Royal College of Art) y Aubrey Powell (n. 1946, estudiante en la *London School of Film Technique*) al término de los años sesenta. En 1974 se unió Peter Christopherson (1955-2010), que trabajó con ellos hasta la separación del colectivo en 1983. Tomaron su nombre de la unión de las palabras *Hyp* (nuevo, elegante, a la moda) y *Gnosis*, término griego que denomina a la sabiduría suprema.

Durante su carrera usaron diferentes técnicas visuales: fotografía, ilustración, aerografía, y fotomontaje, trabajando principalmente con bandas de rock.

Su primer trabajo fue la portada para *A Saucerful of Secrets* (1968), de Pink Floyd, que permanece cómo una de las mejores muestras de arte psicodélico británico. Hasta *The Wall* (1979), cuyo arte gráfico fue diseñado por Gerald Scarfe, Hipgnosis se hicieron cargo de casi toda la imaginería en torno a Pink Floyd.

More (1969), *Ummagumma* (1969), *Atom Heart Mother* (1970), *Meddle* (1971), *Obscured by clouds* (1972), *Dark side of the moon* (1973), *Wish your were here* (1975) y *Animals* (1977).



Pink Floyd, *A saucerful of secrets*, 1968

El crecimiento en importancia de la portada discográfica hizo que Hipgnosis trabajaran en elaborados y costosos montajes. Esto incluyó trabajar con fotógrafos, ilustradores u otros diseñadores para poder llevarlos a cabo. La evolución del *cover art* de Pink Floyd ilustra como partiendo de un collage en un estudio casero para *A saucerful...*, en unos años pasaron al fotomontaje de *Ummagumma*, al grafismo de *Dark Side of the Moon* (elaborado en colaboración con George Hardie) llegando al monumental montaje que incluyó soltar un inmenso cerdo hinchable sobre la Battershea Power Station de Londres para *Animals*, en 1977.

Los encargos de otras bandas se sucedieron, destacando *Houses of the Holy* (1973) de Led Zeppelin, *The Lamb Lies Down on Broadway* (1974) de Genesis, y *Depeptive Bends* (1977) de 10CC.



Styx, *Pieces of Eight*, 1978

Storm Thorgerson ha escrito varios libros sobre el *cover art*, convirtiéndose en uno de los principales valedores de éste como forma artística. Con Roger Dean editó varios volúmenes de *Album Cover Album*, en los que analizó lo más granado de la historia de las portadas discográficas. Con Hipgnosis editó *Walk Away Rene*, *The Goodbye Look*, y *For the Love of Vinyl*, acerca de su propio trabajo. En solitario *Eye of the Storm*, *Mind over Matter: The Images of Pink Floyd* y *Taken by Storm*.

La deuda "Magrittiana" de Hipgnosis

Magritte fue uno de los principales representantes del Surrealismo. Apostó por una fuerte dosis de conceptualismo en su trabajo, con el que relacionaba elementos o personajes, siempre procedentes de la cotidianeidad, disociados para generar descontextualizaciones y acertijos.

Su influjo es incuestionable en el arte del siglo XX, alcanzando límites más allá del mundo artístico como la publicidad, el diseño gráfico y la música.

La influencia de Rene Magritte sobre Hipgnosis es un hecho confirmado por Thorgerson. Titularon su primer libro "*Walk Away Rene*" (Aléjate Rene), como una sarcástica forma de desligarse de su mayor influencia.

Thorgerson declaró haber sentido un temprano interés por el pintor belga no ya por su técnica sino por el carácter conceptual y las ideas desarrolladas en su obra. Igualmente, el carácter lúdico a la par que realista de la obra de Magritte atrajo al diseñador inglés, que afirmaba:

"Creo que lo que tomé de Magritte fue un sentido de singularidad, de yuxtaposición o contrariedad. Jugaba con la realidad." (11)



Ummagumma, 1969

“El rechazo de Magritte de ayudar a explicar o solucionar sus acertijos se refleja en el rango de objetos en sus pinturas que son cargados con múltiples significados: escaleras que llevan a ninguna parte; rocas como luz y nubes y nubes descansando como rocas en el suelo; ventanas que se abren a un paisaje que extrañamente se metamorfosea en un interior, y viceversa, un interior como un paisaje que se nos presenta con los muros y suelos de una habitación” (12)

“Magritte’s refusal to help explain or solve his riddles is reflected in a range of objects in his paintings that are charged with multiple meanings: stairways that lead nowhere; rocks as light and clouds and clouds resting like rocks on the ground; windows that open out on a landscape that strangely metamorphoses into an interior, and vice versa, an interior like a landscape that presents us with the walls and floors of a room” (12)

4-4-2-3 JAMIE REID

“El concepto detrás de esta “estética anti-estética” era sencillo: criticar al enemigo, en este caso “la institución”, a través de la apropiación y modificación de su imagen. El diseño gráfico jugó un papel muy importante en este desarrollo iconográfico, pues su intención era ser perceptible y reproducido de manera masiva. El artista más representativo de este movimiento es Jamie Reid, un personaje clave dentro de la historia del punk y el arte de protesta del siglo XX” (13)

Artista inglés nacido en 1947 en el seno de una familia pacifista (sus padres y hermano pertenecieron a la Campaña por el Desarme Nuclear de 1958). Estudió en la Escuela de Croydon, y fue compañero de Malcolm McLaren con quién compartió conexiones con las teorías situacionistas a finales de los años sesenta, especialmente el *détournement* o "desviación". "Desviación" o en otra palabra: Plagio. Para Lautréamont, necesario en cuanto el progreso implica plagiar ya que continúa algo hecho pero mejorándolo.

En 1970 fundó la revista *Suburban Press* en la que comenzó a recurrir a los eslóganes del Situacionismo, que difundían, gracias a poseer una imprenta propia. Ya entonces su trabajo gráfico empleaba el collage y la tergiversación de obras existentes, los recortes, los colores chillones y la creación de tipografía propia.

En 1974, se encargó del arte gráfico del libro *Leaving the 20th Century: the incomplete work of the Situationist International*, escrito por Christopher Gray.

Fue el responsable de la imagen gráfica de los Sex Pistols, por la que es mundialmente conocido. Reutilizó técnicas dadaístas como la mezcla de fuentes y tamaños tipográficos, algo ya observado en artistas dadá como Raoul Hausmann.

En 1976, *Anarchy in the UK*, fue el primer sencillo del grupo. Reid, utilizó la bandera británica para descontextualizarla rasgándola y añadiendo imperdibles y el logotipo de la banda, hecho de diferentes caracteres recortados.

Para *God Save the Queen* (1977), ver Análisis en capítulo 5.

En *Pretty Vacant* (1977), el artista colocó dos autobuses en los que sus destinos eran *Ninguna parte* y *Aburrimiento*. Esta imagen procedía de los *autobuses del aburrimiento* q Reid había diseñado para *Suburban Press* en 1973.

La portada de *Nevermind the Bollocks* (1977), con sus colores chillones y su rotunda sencillez fue una declaración de intenciones visual tan potente como la música del grupo.

En *Holidays in the Sun* (1977), Reid recurrió a un anuncio turístico del periódico *News of the World* que modificó con unos bocadillos en los que introdujo la letra de la canción, un recurso que los situacionistas habían empleado con los cómics de detectives franceses.

Para la gira *Nevermind the bans* (1978), el artista hizo un póster en el que dispuso las cartas de rechazo de las discográficas hacia los Sex Pistols.

Según avanzaba, el trabajo de Reid se fue haciendo más radical: en *Viciousburger* (1980), satirizaba de manera brutal la muerte de Sid Vicious, sus dibujos y collages incluían esvásticas e insultos lo cual provocó un enfrentamiento con Virgin Records, la discográfica de la banda, que vetó su obra.

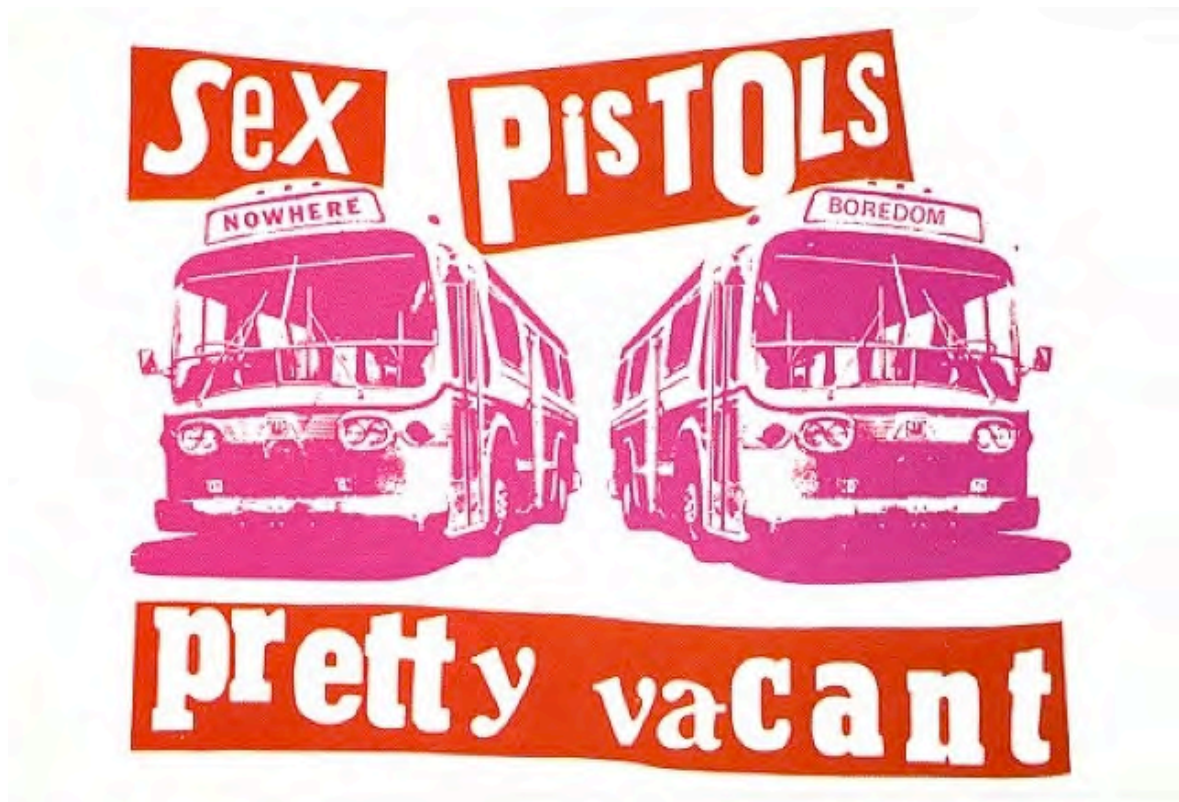
“Sólo puedo hablar por mí mismo y lo que me influyó, de donde procedía. El Situacionismo entero, el elemento anarquista que está en ello - Suburban Press, los Pistols - (...) De los Surrealistas y los Dadaístas, a los Situacionistas y el entero movimiento de agitadores políticos, deteniéndote en el punk, y después en todo tipo de cosas. Es una historia continua” (14)

NEVER MIND THE BOLLOCKS

HERE'S THE

SEX PISTOLS

Nevermind the bollocks, 1977



Pretty Vacant, 1977

"I can only speak for myself and what influenced me, where I was coming from. The whole Situationist, anarchistic element that's within all that - Suburban Press, the Pistols - I mean, it's like a re-evaluation of history, which, to a big extent, is what the '90s is very much about. History has just gone out the window. (...) From the Surrealists and the Dadaists, to the Situationists and the whole movement of community agit-prop politics, down into punk, and then into all sorts of things. It's a continuing story" (14)

4-4-2-4 MATI KLARWEIN

“Mi encuentro casual como un pintor en esa moda es la razón probable por la que no pertenezco a la historia del arte hoy. Ni he trabajado convencionalmente con galerías ni cualquier otro foro en las bien definidas fronteras del mundo del arte” (15)*

Pintor alemán (1932 - 2002) famoso por ilustrar los discos de varios grupos con su pintura surrealista. Sus padres emigraron a Israel con la llegada de los nazis al poder. El artista se crió entre la cultura cristiana, judía e islámica, hecho que lo condicionó el resto de su vida.

Se formó en la Escuela de Bellas Artes de París. Influenciado por Ernst Fuchs, al que conoció en Saint-Tropez. Durante su vida, se codeó con artistas y músicos como Salvador Dalí, Andy Warhol (que lo declaró su pintor favorito), o Jimi Hendrix (a quién retrató). Klarwein solía hablar de si mismo como "el artista desconocido más famoso".

Su obra está igualmente influenciada por el Surrealismo que por el arte pop. Representante paradigmático del arte y del ideario psicodélico, pese a que definió su estilo antes de que la Psicodelia se asentase. Fue amigo de Timothy Leary, uno de los principales gurús del LSD en Estados Unidos.

Con un tratamiento compositivo muy recargado y plagado de detalles, de colores saturados y vibrantes, Klarwein usaba una técnica en la que mezclaba ténpera con caseína a la pintura al óleo, que aprendió de Ernst Fuchs.



Miles Davis Live, 1971

“My coming across as a painter in that fashion is probably the reason why I don't belong to the history of art today. Neither have I ever worked conventionally with galleries or any other forum within the well-defined boundaries of the world of art” (15)

* Con “esa moda” Klarwein se refería a la creación de portadas discográficas

El pintor citaba como influencias, además de a los surrealistas, a los renacentistas italianos, los maestros flamencos y el arte tántrico hindú.

Su trabajo más famoso es la pintura *Annunciation*, que pintó en 1961 y nueve años después Carlos Santana utilizó para ilustrar su disco *Abraxas* (Ver Análisis en cap. 5). Colaboró con el trompetista de jazz Miles Davis en sus discos *Bitches Brew* (1969) y *Live-Evil* (1971). Su colosal *Santuario Aleph*, es una capilla que el propio artista construyó: con unas dimensiones de 3x3x3 metros, fabricado con madera y metal, Klarwein lo recubrió con 68 pinturas. En su techo colocó la pintura *Grain of Sand*, donde retrató a muchas personalidades de los años sesenta. En *Crucifixion*, pintó una orgía multirracial.

Klarwein también trabajó en lo que llamó *pinturas mejoradas*, a la manera del sampler musical (según él mismo): cuadros que compraba en mercadillos que luego retocaba, sin eliminar la firma del autor original, añadiendo la suya.

“Klarwein es uno de los pocos artistas del siglo XX que han tomado el estilo pictórico fotorrealista de Salvador Dalí y hecho de él algo único para él mismo; su trabajo es siempre inmediatamente reconocible” (16)



Santuario Aleph, 1992

4-4-2-5 MICK ROCK

"Realmente no soy un fotógrafo - hago imágenes" (17)

Nacido en Londres en 1948, fue estudiante de literatura en Cambridge, recalando en la fotografía por casualidad tras un flirteo con una joven local. Rock declara que nunca le ha interesado la técnica y que aprendió a medida que trabajaba, con el interés radicado en las imágenes. El propio artista admite que sus influencias han sido Man Ray o Andy Warhol, entre otros.

"Necesitas estar abierto a las cosas, así que puedes aproximarte a ello de una manera fresca. Creo que eso es realmente importante en la fotografía, donde estás creando un momento, arrebatándolo del aire cómo polvo de hadas" (18)



Syd Barrett, fotografía para las sesiones de *The Madcap Laughs*, 1970

Tras realizar sus primeros trabajos para bandas locales, y la portada de *The Madcap Laughs* de Syd Barrett en 1968, su consagración llegó en 1972: su asociación con David Bowie (Rock lo señala como el arquetipo de la fusión entre aspectos sonoros y visuales) coincidió con la ascensión de éste al estrellato con *Ziggy Stardust*. Para el cantante británico, además de fotografías, trabajó en los videos *Life in mars*, *Jean Genie*, *Space Oddity* y *I'm only dancing*.

Aquel mismo año hizo la portada de *Raw Power* para Iggy & The Stooges. A partir de aquel momento sus trabajos para Queen, Lou Reed o incluso unos primitivos Sex Pistols lo fueron encumbrando: Rock fue el fotógrafo más importante del periodo, y se le conoce como "El hombre que inmortalizó los 70".

Su habilidad para retratar convertía en icónicos a los personajes que posaron para él.

"I'm not really a photographer—I make images" (17)

"You need to be open to things, so you can approach it from a fresh way. I think that's really important in photography, where you're creating a moment, plucking it out of the air like fairy dust." (18)



David Bowie en el espejo, 1972

4-4-2-6 NEON PARK XIII

Ilustrador y pintor norteamericano, llamado Martin Muller (su sobrenombre se debe a su afinidad por los colores vivos y luminosos, de ahí *Neon*). De formación autodidacta, le gustaba considerarse pintor, no diseñador.

Empezó en el colectivo *Family Dog* haciendo carteles para el *Avalon Ballroom* de San Francisco. Trabajó para Frank Zappa (que lo contrató tras observar sus dibujos para el grupo *Dancing Food*), Beach Boys o David Bowie, y para revistas como *Playboy* o *Glass Eye*. Es especialmente reconocido por sus portadas para el grupo Little Feat. Park colaboró con Robert Crumb en el cómic de este último, *Zap Comix*.

Su estilo enlazaba colorismo, imaginería surrealista, y grandes dosis de ironía, dando de la mano un carácter siniestro y ridículo.

En 1972, *Sailin' Shoes*, fue su primera portada para Little Feat, comenzando una asociación con el grupo que duró varios años. La imagen de *Sailin' Shoes* presentaba una antropomórfica tarta que se columpiaba alegremente, con un trozo cortado en su entrepierna. Un caracol se sitúa en primer plano a la izquierda, y en la parte trasera a la derecha, un hombre ataviado con una vestimenta del siglo XVII.

Según su autor:

"La portada de 'Sailin' Shoes' estaba inspirada por Luis XIV, (...). Acababa de ver la película de Rossellini sobre Luis XIV. Y pareció relacionarse mucho con Hollywood. Una situación gobernada por alguien que mantuvo a todo el mundo bajo su mando manteniéndoles endeudados comprándose ropas de fantasía parecía estar relacionado con Hollywood de algún modo. En realidad, la única cosa que se perdió fue el símbolo de Hollywood, que iba a poner en el fondo. Pensé que sería torpe" (19)

"El trabajo de Park combinaba ostentoso arte pop con mordaz humor surrealista y juegos de palabras visuales, creando un complejo y entretenido arte que es en parte alimento para el cerebro y dulce para la mente" (20)

En 1979, Little Feat editaron *Down on the farm*. La carátula es otro de los trabajos más famosos de Neon Park. En ella una pata antropomórfica se maquilla al lado de una piscina, mientras que al fondo a la izquierda vemos un tigre. Park tenía un cariño especial por los patos, y había hecho una serie de caricaturas de estrellas del cine transformándolos en dichos animales. La escena destila un sabor kitsch que acompaña al trabajo general del artista. Neon Park utilizaba fundamentalmente acrílico sobre tabla para crear sus imágenes.

"The 'Sailin' Shoes' cover was inspired by Louis XIV, (...). I'd just seen Rossellini's film about Louis XIV. And it seemed to relate a lot to Hollywood. A situation ruled by someone who kept everybody under his thumb by keeping them in hock from buying fancy clothes seemed to relate to Hollywood somehow. Actually, the only thing that was missing was the Hollywood sign, which I was going to put in the background. I thought that would be gauche." (19)

"Park's work combined flashy pop-art with cutting surrealist humor and visual puns, creating a complex and entertaining art that is equal parts brain food and mind candy" (20)



Sailin's Shoes, 1972



Down on the farm, 1979

4-4-2-7 PACIFIC EYE & EAR

“Teníamos una visión, comprometida en perseguir nuestro sueño, estando de acuerdo en que siempre promocionaríamos la marca sobre el individuo, así que durante los siguientes quince años Pacific Eye & Ear vivió en la vanguardia de una nueva industria llamada... Empaquetado de discos a medida

.Me comprometí fuertemente para encontrar una mejor manera para que nuestros clientes creasen una mayor interacción y conexión emocional con sus fans” (21)

Grupo de diseñadores, creadores de más de doscientas portadas discográficas. Tomando el nombre de su lugar de origen en la costa oeste americana, ribereña con el océano Pacífico, y de su cometido: unir visión y sonido (*eye*, ojo y *ear*, oído) Destacados entre los más importantes creadores de imaginación rock y cubiertas como: *Billion Dollar Babies* (1973) de Alice Cooper, *Long John Silver* (1972) de Jefferson Airplane, o *Full Circle* (1972).

Dirigidos por Ernie Cefalu, a quién erróneamente se le atribuye la creación del logo de la lengua de los Rolling Stones (ver John Pasche, en pág. 348) y que diseñó la portada del disco *Jesus Christ Superstar*.

Cefalu tenía unas ideas muy claras respecto a la reinención y evitaba no repetirse. Una creatividad ambiciosa que lo mismo era aplicada a portadas de discos (lo que nos ocupa) como a otros ámbitos (llegando a diseñar 13 autobuses para el servicio de transportes de Los Angeles que parecían submarinos).

Diseñó el logotipo de la empresa teniendo en mente los usados en los coches caros y exóticos.

“Necesitaba ser fresco, impactante, continuamente relevante, y atemporal... sin ser demasiado anticuado. ¡Siempre he creído que para conseguir una gran creatividad, consistencia, los artistas deben continuamente tener variedad para sobrevivir y medrar!” (22)

En 1972, Pacific Eye & Ear ilustraron la portada del primer y homónimo disco de Captain Beyond, banda emergida de las cenizas de Iron Butterfly. Usando como modelo a Joe Garnett, la ilustración mostraba un capitán futurístico en medio del espacio y fue impresa en un plástico que provocaba un efecto tridimensional.

Aquel mismo año, The Doors, sin Jim Morrison, fallecido el año antes, sacaron su segundo disco sin el malogrado vocalista. Su título: *Full Circle*. Pacific Eye & Ear fueron idearon una compleja ilustración con ecos dalinianos (el paisaje en el que se incluyeron las figuras era una copia de *La persistencia de la memoria* de Dalí).

Para *Long John Silver*, de Jefferson Airplane y aparecido también en 1972, una interactiva cubiera simulaba ser una cajetilla de cigarros.

A finales de ese año contrataron a Drew Struzan para las ilustraciones del trabajo de Black Sabbath *Sabbath Bloody Sabbath*.

“We had a vision, committed to pursuing our dream, agreeing to always promote brand over individual, so for the next 15 years Pacific Eye & Ear lived at the forefront of a newly created industry called... Custom Album Packaging. (...)”I felt very strongly about finding a better way for our clients to create an even stronger interaction and emotional connection with their fans.” (21)

“It needed to be fresh, impactful, continually relevant, and timeless... without being too dated. (...) I have always believed that in order to achieve great creative, consistently, artists must continually have variety to survive and thrive!” (22)



Captain Beyond, 1972



Aerosmith, *Toys in the Attic*, 1975

En 1973, su trabajo para *Berlin* de Lou Reed contuvo un libreto elaborado que resumía visualmente la historia mediante 13 fotografías de St Javago Desang, que fue alabado por el propio Reed como el mejor trabajo gráfico que había tenido hasta la fecha.

Artificial Paradise de The Guess Who simuló ser pura propaganda, causando que los almacenes y tiendas de discos creyeran que era una tomadura de pelo.

En *Early Time* (1974) de Black Oak Arkansas, hicieron colaborar a su habitual asociado, Drew Struzan, con el ilustrador Bill Garland, que dotó a la cubierta un aire de animación infantil a lo Disney.

En 1975 fueron contratados por los Bee Gees para la portada de *Main Course*. Recurriendo de nuevo a Drew Struzan para la ilustración, que hizo *Belleza en una cuchara de cocaína*.

La portada reinventa el cliché art nouveau de la psicodelia con gran ironía. De este año también procede *Toys in the Attic* de Aerosmith.

La empresa se disolvió en 1984, tras 3500 trabajos, de los cuales 184 fueron portadas de discos.

4-4-2-8 PETER BLAKE

“Fantasiosa quizá sea la descripción más acertada de su obra, término crítico redescubierto recientemente y cualidad intrínseca del arte de Blake. Capta el carácter algo pintoresco y excéntrico de su trabajo, su dedicación a la fantasía lúdica y a la improvisación poética, a menudo teñidas de una oscura comicidad” (23)

Nacido en 1932 en Inglaterra, Blake es uno de los representantes más importantes del arte pop de su país. Formado en el Royal College of Art de Londres, su interés por lo popular lo hizo fijarse en íconos del rock a mediados de los años 50:

Elvis Presley aparece en *On the Balcony* (1968) donde un niño porta un pin con la frase *I love Elvis*. En *Girls with their Heroes* (1959) da de la mano imágenes de Elvis, una admiradora excitada y su propio nombre. En *Everly Wall* (1959) representó a los Everly Brothers. *Selfportrait with badges* (1961) volvió a ver una citación a Elvis, en un autorretrato de Blake que sostenía una bolsa con la imagen y nombre del cantante. *The 1962 Beatles* fue una pintura que Blake comenzó a trabajar en 1963 e interrumpió en 1968 sobre la primera encarnación del grupo de Liverpool. En *Beach Boys* (1964), retrató al popular combo de música surf.



Selfportrait with badges, 1961

"Me gusta pensar que mis cuadros puedan ser disfrutados por gente joven a la que le gusta la música pop. En este momento estoy trabajando en un enorme retrato de grupo del grupo de Liverpool, The Beatles. Cada uno de estos tipos está íntimamente asociado con la ciudad y espero que los fans locales de los Beatles encontrarán en este cuadro un significado visual que de algún modo se emparejará con el estado de ánimo de la música Beatle" (24)

Su obra se compone mediante la superposición de imágenes en otras imágenes. Según W.J.T Mitchell, *metaimágenes*, es decir, imágenes que tratan sobre otras imágenes con un cromatismo colorista.

Blake fue el autor de la célebre portada para el *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967) de los Beatles (ver apartado). El éxito de esta imagen, unido al amor por la música de Blake, hizo continuar a Blake con otras imágenes cómo el disco *Sweet Child* (1968) de Pentangle, *The Adventures of Valentine Voz de Ventriloquist* (1974) de Chris Jagger, y a participar en la portada múltiple de *The Who Face Dances* (1981).



Girls with their hero, 1959

"I like to think my pictures can be enjoyed by young people who like pop music. At the moment I'm working on a large conversation piece of the Liverpool song group, The Beatles. Each of these chaps is closely associated with the city and I hope that local Beatle fans will find in this picture a visual significance that will somehow match the mood of Beatle music" (75)

4-4-2-9 ROGER DEAN

“La música es un regalo en todos los sentidos y también el arte. Es un regalo, y debería ser tratado como un regalo. Debería ser cuidadosamente envuelta, empaquetada y presentada” (25)

Ilustrador, publicista y diseñador británico, nacido en 1944. Su padre era militar por lo que el artista tuvo la oportunidad de vivir en Grecia, Chipre y Asia, lo cual formó decisivamente su visión artística. En ella volcó una fascinación por la historia, la ciencia ficción y la naturaleza.



Pathways, 1973

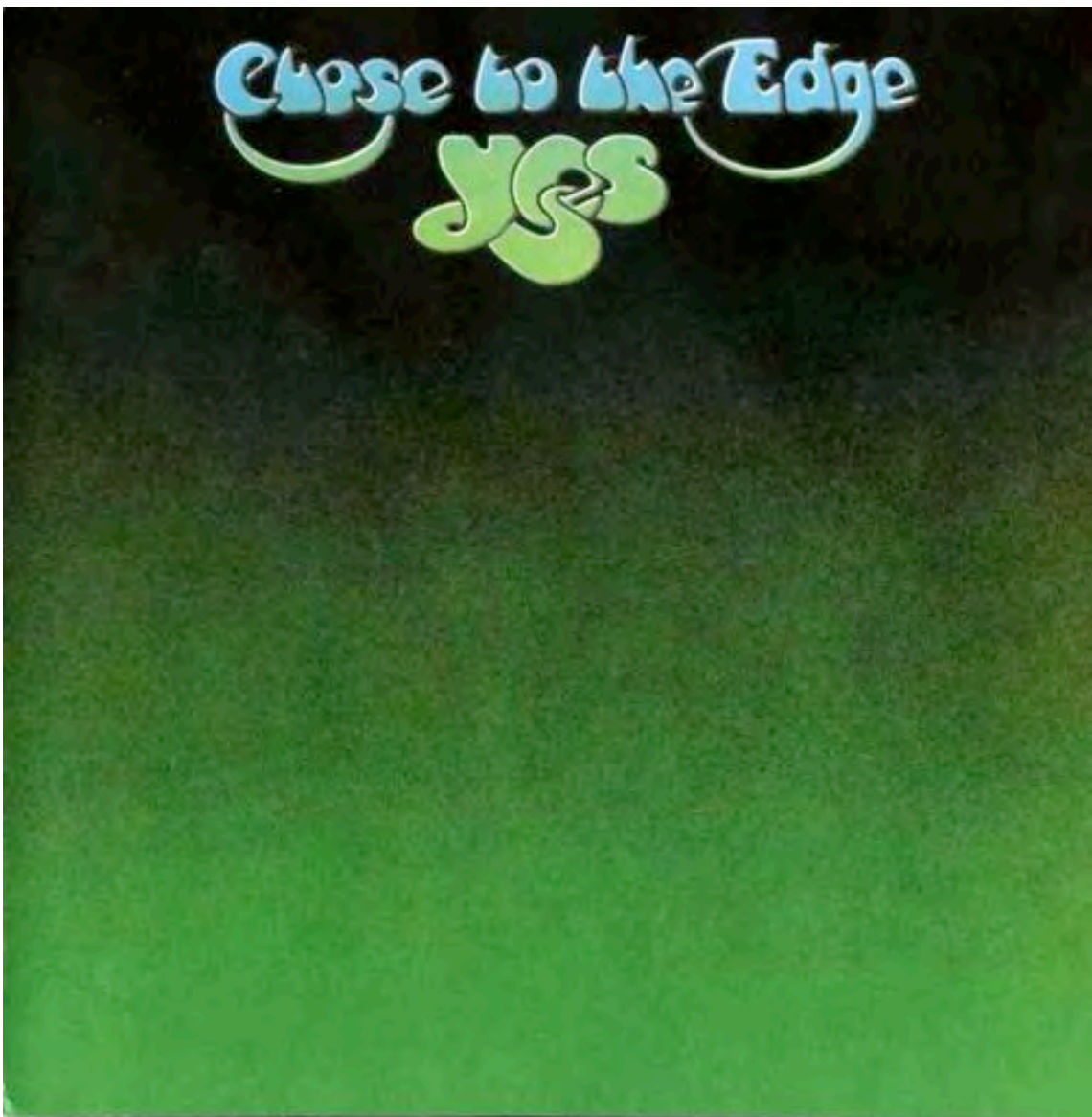
Graduado en el *Royal College of Art* donde posteriormente se doctoró con la tesis *La psicología del entorno construido*. En 1968 diseñó su primera portada discográfica, poniendo imagen al grupo *The Gun*, y poco después a *In Hearing of* de Atomic Rooster. Desde entonces y hasta la actualidad ha trabajado en un enorme número de colaboraciones, en especial con grupos de rock sinfónico y progresivo. Es muy conocida su asociación con el grupo Yes, para los que ha hecho todas sus portadas, elaborando un paisajismo onírico muy personal, además de colaborar con la banda en sus espectáculos en directo.

Dean ha escrito, en colaboración con Storm Thorgerson, con quién comparte los honores de ser considerado el renovador de la portada discográfica en los años 70, varios volúmenes de la serie *Album Cover Album*, donde los diseñadores analizan trabajos de cover art. Además de sus trabajos para Yes, destacan las portadas *Nitro Function* (1972), de Billy Cox, el logotipo que hizo para Virgin Records (1973) o *Charge* (1972) de Paladin.

“Music is a gift in every sense and so is the art. It’s a gift, and it should be treated like a gift. It should be carefully wrapped and packaged and presented” (25)



Yes, *Relayer*, 1974



Yes, *Close to the edge*, 1972

4-4-2-10 THE BIG FIVE

The Big Five (Los Cinco Grandes), es el apodo que recibieron los principales artistas del póster psicodélico de San Francisco. Eran Rick Griffin, Wes Wilson, Stanley "Mouse" Miller, Victor Moscoso y Alton Kelley. Trabajando para promotores como Bill Graham o Chet Helms. Fundaron la compañía *Berkeley Bonaparte*, que creaba y desarrollaba pósters psicodélicos.

Salvo Wilson, que poseía una pequeña impresora para offset y Moscoso, que enseñaba litografía, la mayoría de artistas no tenía las herramientas ni los conocimientos para hacer las impresiones. Reunidos en torno a *Tea Lautrec Litho*, estudio de Levon Mosgofian (conocido como "Lev" y que había nombrado así a su estudio por su ídolo, el artista francés Henri de Toulouse-Lautrec), en el cual el artista permitió imprimir la mayoría de pósters que anunciarían los conciertos de San Francisco a finales de los 60.



Levon Mosgofian



The Big Five

Alton Kelley

“Queríamos crear algo tan visual que hiciera que la gente se detuviera en las calles, lo leyera y se imaginara cosas. Aquel cartel fue como un amuleto” (26)

Diseñador estadounidense nacido en 1940, estudió en la Escuela de arte de Filadelfia, focalizándose en el diseño industrial y posteriormente en la *Art Students League* de Nueva York. Comenzó su trabajo como mecánico de helicópteros, pero en 1964 se trasladó a San Francisco donde entabló amistad con el grupo *The Charlatans* y los propietarios del *Red Dog Saloon* de Virginia City. Fue uno de los miembros fundadores del colectivo de artistas *The Family Dog*.

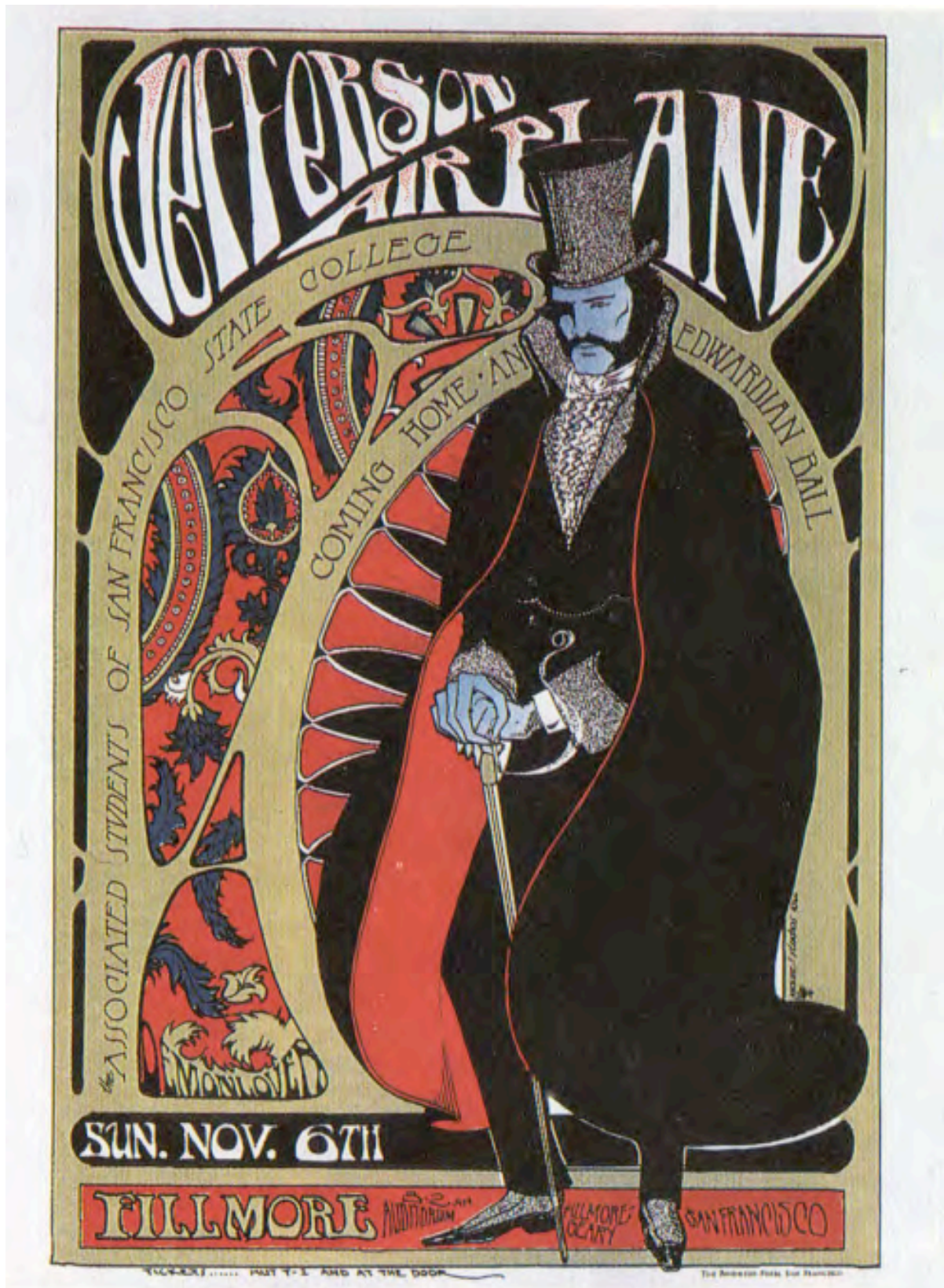
Los pósters de *The Family Dog* solían venir acompañados de crípticos mensajes en boga con el ideario contracultural.

Kelley fue también fundador de la agencia *The Berkeley Bonaparte*, especializada en el carteles psicodélicos.

Stanley "Mouse" Miller y Kelley serían socios y crearían conjuntamente los pósters para un buen número de bandas de finales de los sesenta como Jefferson Airplane, o Grateful Dead, y ya entrados en los años setenta continuarían con las bandas de la época cómo Led Zeppelin o Journey. Kelley y Mouse usaron una iconografía variopinta que unía Art Deco, Art Nouveau, extraterrestres y ovnis e imaginería nativa. La conexión con Miller le haría ganar aptitudes para el dibujo.

Su primer cartel fue para Big Brother and the Holding Company, la banda de Janis Joplin. Su obra más conocida es el esqueleto con la corona de rosas para Grateful Dead, que anunció los conciertos de 1966 y fue portada del disco *Skull and Roses* en 1971.

Kelley y Miller trabajarían juntos durante más de quince años, colaborando esporádicamente hasta la muerte del primero en 2008.



Jefferson Airplane, 1968

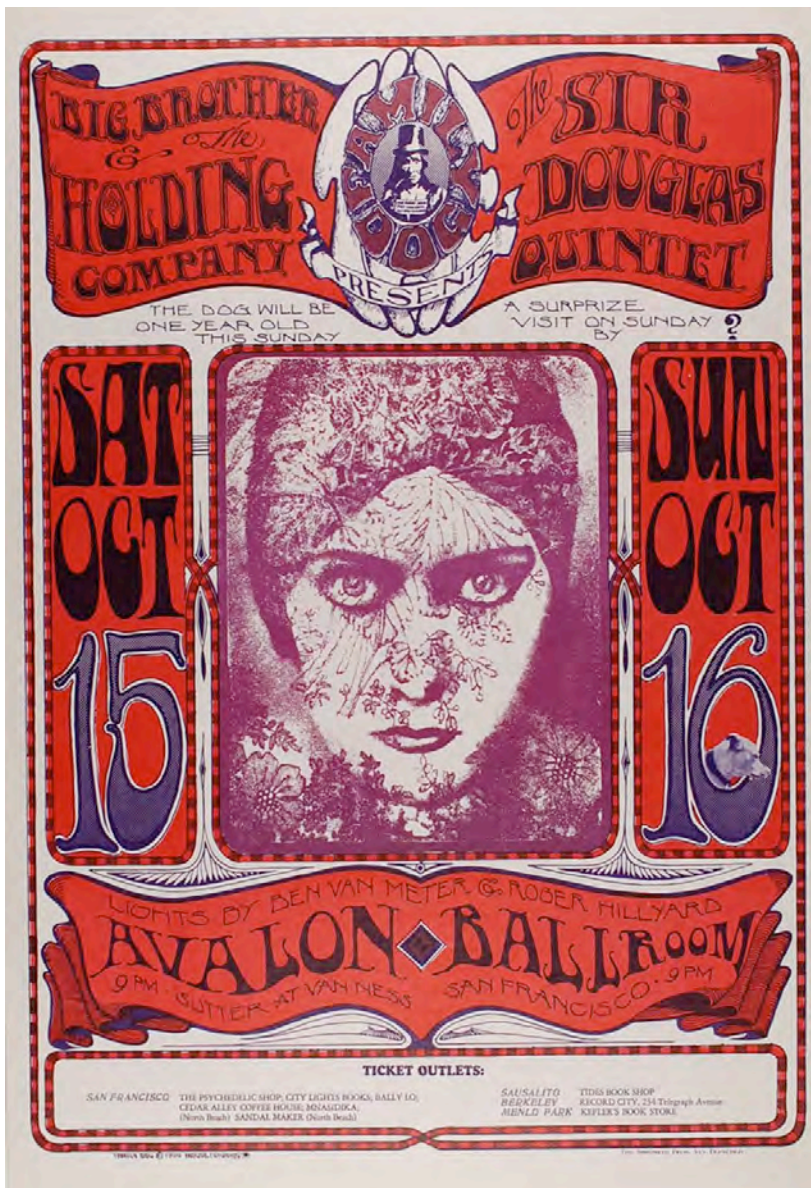
Stanley Mouse

Artista estadounidense nacido en 1940, apodado *Mouse* (Ratón) desde sus días en el colegio. Su padre había sido animador en Disney, trabajando en la película *Blancanieves* (1937), hecho que hizo que Miller estuviese rodeado durante sus primeros años de dibujos y animaciones que determinaron decisivamente su vida. Estudió en la Sociedad de Artes y oficios de Detroit, ciudad en la que a finales de los años 50 se vinculó a la cultura *Hot Rod*. Conoció a Ed "Big Daddy" Roth, principal artista del movimiento. Miller aprendió a trabajar con aerógrafo además de diseñar camisetas para el movimiento *Hot Rod*. Hizo anuncios para el *Rod & Custom Magazine*.

En 1965 se instaló en San Francisco donde entabló amistad con Alton Kelley, para poco después fundar el colectivo *The Family Dog*.

Miller y Kelley fueron socios y crearon juntos pósters psicodélicos que fusionaban elementos de diseño oriental, nativo americano, el tarot, el prerrafaelismo, el art decó, art nouveau, etc. Tal y cómo otros artistas hacían, utilizaban una tipografía muy enrevesada que costaba descifrar, a la usanza del *póster lento* psicodélico (ver apartado 2-4-2), montaban fotografías en intrincados collage que combinaban con un colorismo chillón. Kelley se encargaba de los fondos y Miller de las figuras.

Recibieron encargos del *Avalon Ballroom* y el *Fillmore West*, principales templos psicodélicos.



Avalon Ballroom, 1967

Rick Griffin

Artista norteamericano, paradigma del arte psicodélico.

Comenzó su trabajo dentro de la cultura surf, creando el personaje *Murphy* para la revista *Surfer* en 1961. Sus influencias iban de la cultura nativa americana (su padre fue arqueólogo) a pintores *custom* como Von Dutch o Ed "Big Daddy" Roth, pasando por la revista *Mad Magazine*. En 1964 asistió a clases de arte en el *Chouinard Art Institute*.

En 1966 llegó a San Francisco, el primer póster que Griffin hizo en la ciudad fue para el *Jook Savaes Art Show*. Poco después, los organizadores del *Human Be-In* le pidieron diseñar el póster para el evento. A partir de ese momento su ascensión fue meteórica, encargándose de la cartelería del *Avalon Ballroom* y el *Fillmore West*, o colaborar con colectivos como *The Family Dog*. También trabajó para las revistas *Zapp* y *Tales from the Tube*.

Entre sus trabajos más conocidos se encuentran la portada de *Aoxomoxoa* (1969), de Grateful Dead (ver capítulo 5), el primer logotipo de la revista *Rolling Stone* (1967), y un incontable número de pósters para los principales grupos de rock de la época.

En Griffin se daban de la mano la cultura surf californiana, la raíz amerindia y el hippismo, lo que lo llevó a introducir desde calaveras, animales, ojos (un motivo central en su obra), una alta saturación cromática y la común y sinuosa tipografía psicodélica.



Grateful Dead, finales de los 60

Durante los años setenta, Griffin viajó por toda Europa difundiendo su trabajo acompañado de su agente Gordon McClelland, exponiendo en Amsterdam o Londres, entre otras ciudades.

Después de la debacle hippie, Griffin se refugió en un fundamentalismo cristiano, hecho que se reflejó en su obra, que perdió su sarcasmo y abrazó el mensaje religioso. Durante esta época editó el *Libro Ilustrado de San Juan* y decoró la Capilla *Calvary* de Costa Mesa.

“Rick Griffin ilustró pipas de hachis y plantas de marihuana en un meticuloso y emblemático estilo gráfico que evocaba nostálgicamente las tradiciones americanas de arte publicitario y diseño de embalajes del siglo XIX” (27)

Victor Moscoso

“Una de las maneras que hice fue revertir todas las reglas que había aprendido en la escuela... Por ejemplo, me dijeron que la tipografía debería ser siempre legible, así que le dí la vuelta para decir: La tipografía debería ser tan ilegible como fuera posible. Otra regla era que un póster debería transmitir su mensaje rápida y sencillamente. Así que dije: Un póster debería retenerte tanto cómo fuera posible. Otra es: No utilices colores vibrantes; son irritantes para los ojos. Así que dije: Usa colores vibrantes tanto como sea posible. Después de todo, los músicos subían el volumen de sus amplificadores hasta el punto de reventar tus tímpanos. Hice lo equivalente con las pupilas” (28)

Victor Moscoso

Nacido en Galicia en 1936, su familia emigró a Nueva York al finalizar la guerra civil. Poseedor de una sólida formación académica, empezó sus estudios en la Escuela Superior de Arte Industrial, pasando después a la Copper Union College. En Yale, estudió a Josef Albers y sus teorías del color, que aplicaría posteriormente en sus pósters.

En 1959 se publicó *En el Camino*, de Jack Kerouac, que motivó a Moscoso a trasladarse a California. Allí estudió en el San Francisco Art Institute, donde acabó siendo profesor. En 1966 conoció a Chet Holmes, miembro del colectivo *The Family Dog*, y Moscoso comenzó a diseñar pósters para el *Avalon Ballroom*, propiedad de Holmes. Fue el primero de los artistas de pósters rock que usó collage fotográfico. Tras la explosión psicodélica, el artista pasó a engrosar la plantilla de artista del *Zap Comix*, junto con Rick Griffin, labor que le llevaría a ganar aún más reconocimiento internacional. A la par, trabajó en portadas de discos para Jerry Garcia de Grateful Dead, Herbie Hancock o Bob Weir.

Entre sus trabajos destaca la serie de pósters *Neon Rose*.

Su obra fue la primera de todos los artistas psicodélicos que se expuso en el MOMA de Nueva York.

“Rick Griffin illustrated hashish pipes and marijuana plants in a meticulous, emblematic graphic style that nostalgically recalled traditions of nineteenth-century American advertising art and package design” (27)

“One of the ways that I did it was by reversing all the rules I ever learned in school . . . For instance, I had been told that lettering should always be legible, so I turned that around to say: Lettering should be as illegible as possible. Another rule was that a poster should transmit its message quickly and simply. So, I said: A poster should hang you up as long as possible. Another one is: Do not use vibrating colors; they're irritating to the eyes. So I said: Use vibrating colors as much as possible. After all, the musicians were turning up their amplifiers to the point where they were blowing out your eardrums. I did the equivalent with the eyeballs . . .” (28)



Avalon Ballroom, 1968

Wes Wilson

Artista autodidacta americano nacido en 1937, uno de los principales representantes del arte psicodélico. Influenciado por Alfred Roller (tipógrafo alemán de comienzos del siglo XX), por el artista *art nouveau* Alphonse Mucha, a los que el propio Wilson sumaba Van Gogh, Schiele, y Klimt. Incluso podemos encontrar algunas semejanzas en los medievales *Book of Durrow* y *Lindisfarne Gospels*.

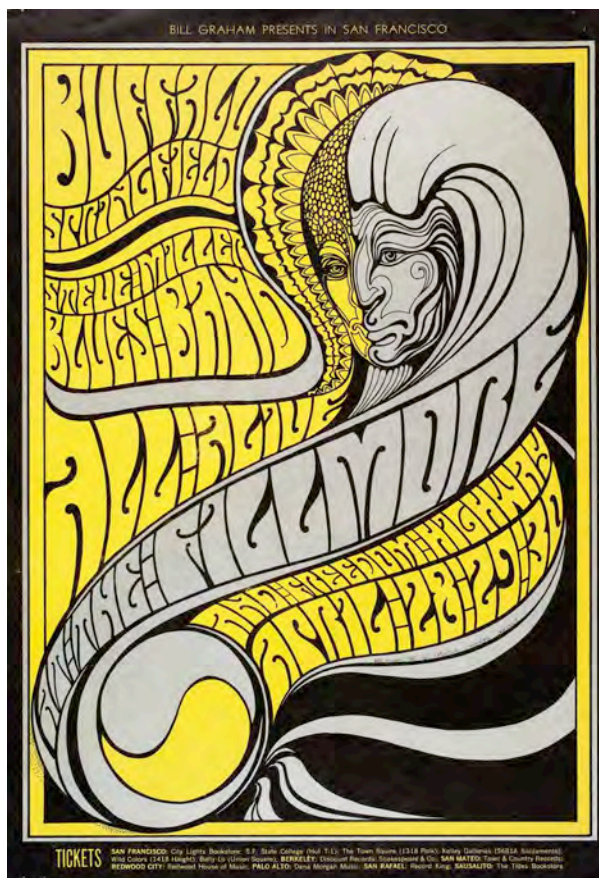
En 1965, antes de hacer pósters para conciertos, diseñó *Are we next?* (¿Somos los siguientes?), un póster con una esvástica integrada en la bandera americana. En sus palabras:

"Fue una anticipación simbólica de lo que podía suceder si nuestro gobierno adoptaba tácticas militares sobre la ética tradicional americana y principios humanitarios. Fue la base para "Are we next?" Si vas a tener un mundo decente, la gente tiene que tratarse los unos a los otros con, ante todo, respeto equivalente" (29)

Empezó a trabajar para la *San Francisco Mime Troupe*, pasando después a *The Family Dog*, una vez que Chet Helms viera el póster *Are we next?*.

Wilson diseñó su logotipo. Más tarde pasó a trabajar para el *Avalon Ballroom* y el *Fillmore West*. Fue el encargado de diseñar el cartel del último concierto de los Beatles (1966), también hizo el flyer del *Trips Festival* de San Francisco (Enero de 1966). Su póster para *The Association* en 1966 es considerado el primer póster verdaderamente psicodélico.

El estilo de Wilson recurría a todo el espacio disponible en el cartel, colocando tipografías retorcidas casi ilegibles que se complementaban con formas humanas (cabezas y cabellos especialmente). Añadía a esto un alto contraste cromático.



Buffalo Springfield, 1969

"It was a symbolic anticipation of what could happen if our government adopted military power tactics over traditional American ethical and humanitarian principles. That was the basis for "Are We Next?" If you're going to have a decent world, people have to treat one another with, number one, equal respect" (29)

Citas y Bibliografía

1. *Popism – The Warhol '60s*, Warhol, Andy & Hackett, Pat – Pág. 18
2. *Andy Warhol – The Record Covers 1949 – 1987, Catalogue Raisonné*, The Montreal Museum of Fine Arts – Pág. 7
3. *Warhol Live – Music and dance in Andy Warhol's Work*, VVAA – Pág. 40
4. *Andy Warhol – The Record Covers 1949 – 1987, Catalogue Raisonné*, The Montreal Museum of Fine Arts – Pág. 14
5. *Andy Warhol – The Record Covers 1949 – 1987, Catalogue Raisonné*, The Montreal Museum of Fine Arts – Página no numerada
6. *Sound & Vision*, Beatrice, Luca y otros autores - Pág. 8
7. *Art into Pop*, Frith, Simon y Horne, Howard - Pág. 112
8. *Andy Warhol – The Record Covers 1949 – 1987, Catalogue Raisonné*, The Montreal Museum of Fine Arts – Página 21
9. *La Era Rock (1953 - 2003)*, Sierra i Fabra, Jordi – Pág. 149
10. *Andy Warhol – A factory*, VVAA – Página 64-65
11. <https://www.youtube.com/watch?v=t4oSyhr37xc>
12. *René Magritte – The Key to Dreams*, VVAA – Pág. 13
13. <http://culturacolectiva.com/jamie-reid-el-arte-de-la-disidencia/>
14. http://www.indexmagazine.com/interviews/jamie_reid.shtml
15. <http://art-bin.com/art/aklarwein.html>
16. <http://www.johncoulthart.com/feuilleton/2008/11/28/the-art-of-mati-klarwein-1932-2002/>
17. http://www.interviewmagazine.com/culture/mick-rock-transformer/#_
18. <HTTP://WWW.NYROCK.COM/FEATURES/MICKROCK.HTM>
19. <http://www.tedalvy.com/neon.htm>
20. <http://www.amazon.com/Somewhere-Over-Rainbow-Neon-Park/dp/0867195207>
21. <http://originalalbumcoverart.com/oaca/golden-age-custom-album-packaging/ernie-cefalu-golden-age-custom-album-packaging-2/pacific-eye-ear-company/>
22. <http://originalalbumcoverart.com/oaca/golden-age-custom-album-packaging/ernie-cefalu-golden-age-custom-album-packaging-2/pacific-eye-ear-company/>
23. *Peter Blake – Retrospectiva*, Museo de Bellas Artes de Bilbao – Pag, 144
24. *Peter Blake – one man show*, Livingstone, Marco
25. <http://nfte.org/interviews/RD308.html>
26. <http://jesusangelortega.wordpress.com/2010/04/07/alton-kelley-psicodelia-proletaria/>
27. *Art in the San Francisco Bay Area: 1945 – 1980, An Illustrated History*, Albright, Thomas – Pág. 171
28. http://www.classicposters.com/Victor_Moscoso
82. <http://www.collectorsweekly.com/articles/psychedelic-poster-pioneer-wes-wilson/>

5- ANÁLISIS

A continuación, y ordenados alfabéticamente por autor, hemos destacado los siguientes trabajos por su valía dentro del arte gráfico relativo al rock. Son imágenes que hemos encontrado con mucha frecuencia dentro de las fuentes bibliográficas consultadas, destacando por encima de otras de corte similar, siendo a su vez trabajos significativos de sus autores.

Hemos considerado apropiado reflejar la disparidad y variedad estilística que estudiamos. En el periodo de tiempo acotado en esta tesis, el rock mutó y sufrió una evolución a todos los niveles, lo que quedó patente en las creaciones gráficas que lo acompañaron. Las imágenes que aquí analizamos corresponden a diferentes fases dentro de dicho periodo temporal, y suponen una prueba fehaciente de la citada evolución. Algunas de estas creaciones permanecen en el imaginario colectivo, y su relevancia va más allá de su función como portada discográfica. Son auténticos íconos del arte gráfico del siglo XX.

Hemos procurado que a la relevancia de sus creadores le acompañe una variedad iconográfica que ilustre esta disparidad en la creación de imágenes. Ya sea técnica (ilustración, fotografía, pintura o collage) o tipológica y/o formal.

La rejilla analítica que empleamos para las siguientes imágenes se detiene en varios aspectos fundamentales:

- Relaciones sintácticas
 - Relaciones entre figura y fondo
 - Relaciones entre imágenes y textos
 - Relaciones entre recursos gráficos y fotográficos
 - Relaciones entre composiciones (acumulativas y/o sintéticas)
 - Relaciones cromáticas
 - Referencias estilísticas procedentes del mundo del arte
 - Relaciones entre recursos procedentes de diferentes estratos culturales

- Relación de intenciones y actitudes
 - Lúdicas
 - Negadoras, violentas
 - Perversas
 - Trágicas
 - Melancólicas
 - Tristes
 - Académicas
 - Críticas ante lo social
 - Étnicas
 - Contemplativas
 - Irónicas
 - Fantásticas
 - Fragmentarias
 - Puristas

Utópicas

- Relación de temáticas
 - Heroicas
 - Amorosas
 - Profanas
 - Religiosas
 - Familiares
 - Eróticas
 - Exóticas
 - Tradicionales
 - Futuristas

5-1 THE VELVET UNDERGROUND - THE VELVET UNDERGROUND AND NICO

Autor: Andy Warhol

Año: 1967



The Velvet Underground and Nico, 1967

Relaciones sintácticas

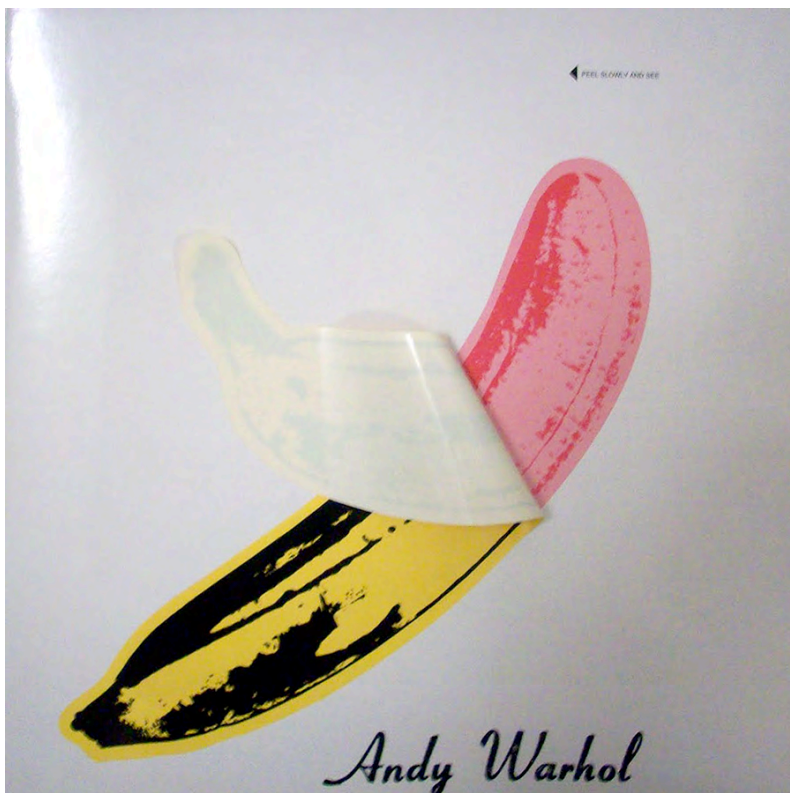
A nivel compositivo la imagen es de una rotunda sencillez. La relación entre figura y fondo se ve sintetizada al máximo en el plátano amarillo serigrafiado sobre una base blanca.

La figura de éste traza una diagonal entre la esquina superior derecha y la inferior izquierda que deja la práctica totalidad de la zona superior izquierda de la imagen vacía.

Nos encontramos ante una composición por lo tanto sintética, en la que Warhol se opone al “horror vacui” imperante que se constata en pósters y portadas de la época. Cromáticamente presenta tres colores planos con un alto nivel de saturación: amarillo, negro y el blanco del fondo.

En la primera edición del disco queda clara la metafórica presencia de un pene: La piel del plátano es en realidad una pegatina que deja tras de sí el carnososo interior de color rosa. Además se incluyen la pequeña inscripción que invita a pelar y observar (*peel slowly and see*). El nombre del autor aparece debajo de la frutar en cursiva, descentrado y a gran tamaño, con una clara intencionalidad de destacar.

Warhol se auto-otorga el papel de productor, al tiempo que añade su nombre como marca de fábrica, algo que da pie a pensar que el disco se trata de una aventura musical del artista. Esta portada es una gran innovación respecto a lo visto hasta la fecha. El recurso de un objeto cotidiano aupado a ícono artístico, descontextualizado de su uso común, es claramente arte pop. Permanece como uno de los trabajos más relevantes de su autor, y del arte pop en general.



La pegatina parcialmente despegada

Relación de intenciones y actitudes

Pese a fracasar comercialmente en su época debido a lo radical de su propuesta, la influencia del primer disco de la Velvet Underground se mantiene incólume. Sus alusiones a drogas y sexo no habían alcanzado tal nivel descriptivo en el rock. Rolling Stones o Bob Dylan habían aludido a ello, pero de un modo más camuflado. Aparecido el mismo año que *Sgt. Pepper's* de The Beatles, *Are you experienced?* De Jimi Hendrix, o *The Piper at the gates of dawn* de Pink Floyd, *The Velvet*

Underground and Nico se desmarcó de la psicodelia con un trabajo repleto de oscuridad que sentaría las bases conceptuales de futuros géneros como el glam o el punk.

La oposición que la banda encuentra, comienza por los propios productores, que se niegan a grabar lo que califican como *ruido y basura*. Sin embargo, los ánimos de Andy Warhol suponen un acicate con el que el grupo sabe tirar hacia adelante. Warhol sabe cómo sacar partido de la repetición y el escándalo, y precisamente estos factores abundan en el álbum.

La moda de que fumar plátano coloca es difundida por Country Joe (de la banda *Country Joe and the fish*) y llega a ser estudiada por científicos para probar su veracidad. Warhol no pierde su habitual sorna y puede que se base en este hecho para situar un plátano en la portada del disco. Ésta presenta una autonomía total para con el nombre de la banda, que no aparece en ningún lugar de la misma. Warhol crea un objeto artístico independiente y logra que éste sea difundido como si de un objeto de consumo se tratase.

La imagen destaca por contrastar en un contexto, a finales de los años sesenta, donde las imágenes abigarradas y coloristas proliferan por doquier: pósters psicodélicos o portadas como *Sgt. Pepper's* de The Beatles, abogan por una recarga a la que Warhol se opone con una imagen sencilla de una rotundidad aplastante, con una intencionalidad que hermana un **carácter lúdico y perverso** al mismo tiempo.

Relación de temáticas

Podemos incluir a esta imagen dentro de una **temática erótica**. Como citamos anteriormente, la velada alusión al pene que Warhol consigue situando un plátano en la portada, queda confirmada al despegar al pegatina que deja ver el cuerpo carnoso de la fruta.

El sexo es una constante en los trabajos de Warhol, tal y como podemos observar en su largometraje *Chelsea Girls* (1966), y una temática a la que vuelve a recurrir en la siguiente obra que analizamos, *Sticky Fingers*, de Rolling Stones, en la que de nuevo alude a los genitales masculinos.

5-2 THE ROLLING STONES - STICKY FINGERS

Autor: Andy Warhol

Año: 1971



Sticky Fingers, 1971

Relaciones sintácticas

Nuevamente Warhol presenta una gran síntesis compositiva en esta portada. La figura se presenta de manera contundente sobre un fondo inexistente. Warhol se decanta de nuevo por una composición muy sintética, que continúa con su trabajo fotográfico, marcado por la sencillez y una naturaleza somera.

La imagen se estructura en una simetría parcial resuelta por la diagonal formada por la bragueta, situada en la zona superior media. La verticalidad que presenta esta, acompañada por las dos piernas, se ve rota por el cinturón de la parte superior.

Cromáticamente la imagen se resuelve en un blanco y negro fuertemente contrastado, sólo roto por el rojo de la tipografía (con los nombres del grupo y del disco), “estampada” en un tamaño pequeño sobre la fotografía de la entrepierna del personaje.

La luminosidad de la imagen presenta un fuerte contraste entre la zona izquierda, fuertemente iluminada y la derecha, que permanece en penumbra.

Destaca la irregularidad del estampado con la tipografía: tanto nombre de la banda como el del disco se colocan en sendas diagonales, que rompen las líneas fundamentales de la imagen, definidas por los muslos y el cinturón.

La contraportada, completando el embalaje, muestra las nalgas del actor enfundadas en los mismos vaqueros. Este embalaje es creado conjuntamente con el diseñador Craig Braun.



Contraportada

Podemos enmarcar esta imagen dentro de la obra fotográfica de Andy Warhol, concretamente dentro de sus retratos de las *superstars* de la Factory, entre las que se contaba Joe D'allesandro, el modelo y actor al que fotografía para la portada de *Sticky Fingers*.. Estilísticamente se encuadra en el arte pop del que su autor fue uno de los principales representantes.

Relaciones de actitudes e intenciones

Los Rolling Stones contrataron a Andy Warhol para crear la imagen de su portada más famosa. Éste fotografía a Joe Dallesandro, (aunque otras fuentes aseguran que podría tratarse de Corey Tipping, Eric Emerson, o Jed Johnson) actor y colaborador del artista en su taller de la *Factory*. La imagen frontal, se centra en la entrepierna del actor portando unos vaqueros, a la que se adhirió una cremallera (una idea que Warhol ya había mencionado a Jagger en 1969) que al abrirse deja ver la ropa interior, (en el interior del disco se colocan otras fotografías, hechas por Peter

Webb, de la entrepierna de un hombre en calzoncillos). Este hecho causa varios problemas en sus primeras ediciones ya que rasgaba el disco de vinilo. Se solventan dejando abierta la bragueta.



Portada e interior

Warhol se siente fascinado por la ambigüedad sexual en general, y la de Mick Jagger en particular. En 1975, el artista trabaja en la serie *Ladies and Gentlemen*, poco después de otros retratos que hizo al propio Jagger el mismo año, en el que lo mostraba indeterminadamente sexual.

En *Sticky Fingers* también aparece el famoso logo de la lengua de los Rolling Stones, diseñado por John Pasche.

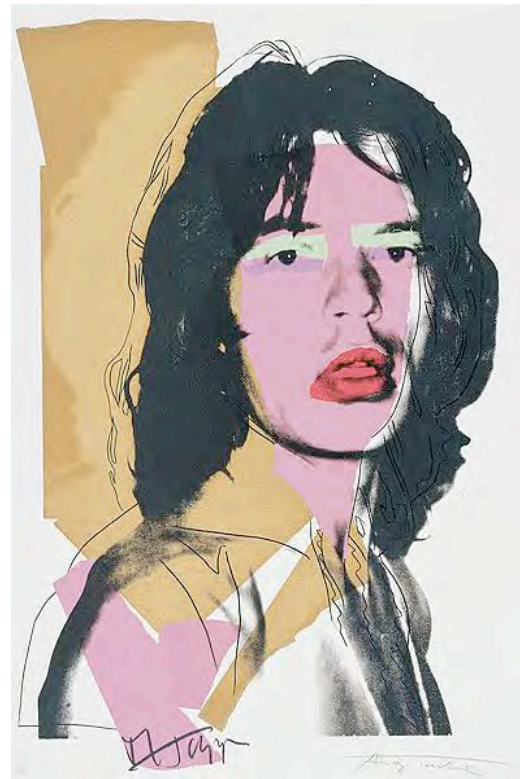
La imagen que ilustra este disco se encontró con la censura de varios países (Singapur y España). En Estados Unidos, muchos establecimientos se negaron a vender el disco y en España, se sustituyó la portada por otra mucho más grotesca que mostraba una lata abierta con unos dedos dentro. Pese a ello, en 1972, fue nominada a los premios Grammy cómo mejor diseño artístico. Muchos fans del grupo supusieron que el modelo había sido Mick Jagger. *Sticky Fingers* coincide en el tiempo con el advenimiento del movimiento glam en el rock, que cómo ya hemos estudiado, abre la puerta a una mayor y desenfrenada desinhibición sexual, al tiempo que hace de la indeterminación y ambigüedad, sus principales señas de identidad.



Portada española



Rolling Stones logo, John Pasche



Ladies and Gentlemen: Mick, 1975

Relación de temáticas

Al igual que en el caso anterior (*The velvet underground and Nico*), podemos enmarcar la temática de esta imagen en una **temática erótica**.

5-3 PINK FLOYD - WISH YOU WERE HERE

Autores: Hipgnosis

Año: 1975



Wish you were here, 1975

Relaciones sintácticas

La imagen de la portada presenta dos niveles: uno general donde una fotografía se apoya en la base blanca. Una pequeña muesca quemada en la zona superior derecha de la misma alude al fuego de uno de los hombres y la dirección del mismo.

El segundo nivel sería la fotografía en sí. En este caso las figuras de los dos hombres destacan sobre un paisaje en el que se aprecian varios pabellones. Ambos se dan un apretón de manos (eje de la composición del que parten las líneas de fuga de la perspectiva definida por los edificios) mientras uno arde.

El efecto del personaje ardiendo no es una manipulación de la imagen, sino un efecto real que lo logran vistiendo al actor con un traje ignífugo cubierto con la ropa que se observa, además de una capucha protectora en su cabeza, sobre la que se coloca una peluca.

La imagen no tiene ninguna tipografía que señale que se trate de un disco. Esto apoya la línea argumental sobre la ausencia sobre la que versa el disco.

A nivel compositivo, la portada presenta una acumulación de varias capas o niveles: los dos fundamentales que ya citamos, y otros presentes en las líneas horizontales definidas por las sombras de los hombres y de los edificios (y ellos mismos). Cromáticamente predominan grises, con los puntos más altos de saturación presentes en los trajes de los hombres y muy especialmente en el naranja del fuego. La luz está fuertemente contrastada, permitiendo observar claramente las sombras proyectadas de los edificios, y que los dos personajes destaquen fuertemente a contraluz.



Detalle del apretón de manos entre los dos hombres

Los trabajos de Hipgnosis y por ende, las marcas visuales de Pink Floyd, han sido proclives a lo onírico y surrealista. Cómo en muchos de los trabajos de este equipo de diseñadores, *Wish you were here* presenta una clara influencia del pintor belga René Magritte. Esto es confirmado por Storm Thorgerson (miembro de Hipgnosis) en varias entrevistas.

Relaciones de intenciones y actitudes

Wish you were here (traducido *Ojala estuvieras aquí*) es el noveno disco de Pink Floyd, lanzado en 1975 y continuador del aclamado *The Dark Side of the Moon* (1973). Tomando una línea argumental en torno a la ausencia, que en el caso particular del grupo es referida a Syd Barrett, miembro fundador que sólo

intervino en los dos primeros discos y que abandonó el conjunto a causa de sus problemas con las drogas y la esquizofrenia.

Para esta portada, Storm Thorgerson hizo envolver el paquete en un plástico negro para que no se viese la portada (otro giro de tuerca a la noción de ausencia que el artista tomó de *Country Life* de Roxy Music, que había sido censurado y envuelto en un plástico).



Detalle de la bolsa negra que envolvía el disco

En *Wish you were here*, las fotografías fueron ejecutadas con gran cuidado, intentando evitar manipulaciones y retoques posteriores. Cómo ya hemos estudiado, para Storm Thorgerson, era imprescindible dar con una cualidad real, aunque ello conllevara costosos y elaborados procesos de producción.

Percibimos una **intencionalidad inquietante y trascendente**. El concepto de la ausencia se ve potenciado por la presencia de un hombre ardiendo. Un hecho alusivo a la tendencia de la gente en esconder sus verdaderos sentimientos.

Relación de temáticas

Encuadramos la temática de esta imagen dentro de una **tipología nostálgica – melancólica**, con un cierto **matiz trágico**. La ausencia, concepto sobre el que gira el disco, y al que nos referíamos en el apartado anterior, se ve correspondida con el ambiente frío y desangelado de los pabellones en los que se encuentran los hombres. El gesto indiferente del hombre de la izquierda, y la inclinación de la cabeza del de la derecha, podrían interpretarse como la sumisión de este último a su condición. Una posible alusión a la caída de Syd Barrett en la locura ante la indiferencia del resto de la sociedad.

5-4 XTC - GO2

Autores: Hipgnosis

Año: 1978

This is a RECORD COVER. This writing is the DESIGN upon the record cover. The DESIGN is to help SELL the record. We hope to draw your attention to it and encourage you to pick it up. When you have done that maybe you'll be persuaded to listen to the music - in this case XTC's Go 2 album. Then we want you to BUY it. The idea being that the more of you that buy this record the more money Virgin Records, the manager Ian Reid and XTC themselves will make. To the aforementioned this is known as PLEASURE. A good cover DESIGN is one that attracts more buyers and gives more pleasure. This writing is trying to pull you in much like an eye-catching picture. It is designed to get you to READ IT. This is called luring the VICTIM, and you are the VICTIM. But if you have a free mind you should STOP READING NOW! because all we are attempting to do is to get you to read on. Yet this is a DOUBLE BIND because if you indeed stop you'll be doing what we tell you, and if you read on you'll be doing what we've wanted all along. And the more you read on the more you're falling for this simple device of telling you exactly how a good commercial design works. They're TRICKS and this is the worst TRICK of all since it's describing the TRICK whilst trying to TRICK you, and if you've read this far then you're TRICKED but you wouldn't have known this unless you'd read this far. At least we're telling you directly instead of seducing you with a beautiful or haunting visual that may never tell you. We're letting you know that you ought to buy this record because in essence it's a PRODUCT and PRODUCTS are to be consumed and you are a consumer and this is a good PRODUCT. We could have written the band's name in special lettering so that it stood out and you'd see it before you'd read any of this writing and possibly have bought it anyway. What we are really suggesting is that you are FOOLISH to buy or not buy an album merely as a consequence of the design on its cover. This is a con because if you agree then you'll probably like this writing - which is the cover design - and hence the album inside. But we've just warned you against that. The con is a con. A good cover design could be considered as one that gets you to buy the record, but that never actually happens to YOU because YOU know it's just a design for the cover. And this is the RECORD COVER.

XTC, *Go2*, 1978

Relaciones sintácticas

La composición de *Go2* presenta una gran síntesis pese a la presencia de un vasto texto que cubre la totalidad del fondo negro. Éste sólo rompe su armonía general por el uso de palabras escritas en mayúsculas que remarcan diferentes conceptos tales como "portada", "placer", "producto" o "truco", entre otras.

No hay fondo ni figura, tan sólo el texto que desgrana desde la primera frase *This is a RECORD COVER* (Esto es una portada de disco) los mecanismos que llevan a elaborar un buen diseño en la materia. *A good cover DESIGN is one that attracts more buyers and gives more pleasure* se puede leer (Un buen diseño de portada es uno que atrae más compradores y da más placer). En apariencia muy simple, Thorgerson explica que el proceso de concreción fue muy elaborado, para

encontrar el equilibrio perfecto a nivel cromático y formal. El contraste entre el fondo negro y lo blanco de la tipografía domina la composición. El texto, dispuesto en bloque, ocupando toda la superficie, ve rota su regularidad en la zona derecha con algunas palabras que le hacen perder su carácter justificado. Asimismo, es salpicado de otros sustantivos escritos enteramente en mayúsculas, a modo de subrayado de ciertos conceptos importantes sobre los que versa la imagen.

Continuando de una manera radical con su influencia *magrittiana*, Hipgnosis emplean el uso del metalenguaje del pintor belga en obras cómo *Esto no es una pipa* (1929). Un recurso heredado de la alta cultura y el arte a un objeto de consumo. En este caso Hipgnosis invierten el mecanismo: la descripción alude al objeto que portamos: el disco, y en concreto su portada. Al contrario que el famoso cuadro de Magritte, en el que se niega que lo que vemos sea una pipa, puesto que es una pintura.



Magritte, *Esto no es una pipa*, 1929

Relaciones de actitudes e intenciones

Con este trabajo, Hipgnosis consiguieron reinventar su propuesta, haciéndola acorde a la nueva época que el punk había abierto, al tiempo que continuó con la línea de diseño más minimalista de otros trabajos anteriores cómo *The Dark Side of the Moon*. Por ello podríamos enmarcar este dentro de un minimalismo conceptual. Con una **intencionalidad y actitud entre analítica e irónica**, aludiendo directamente a la creación de la portada discográfica.

Como ya citábamos anteriormente, algunas de las palabras están escritas en mayúsculas enteramente. Palabras como “placer”, “víctima” o “portada

discográfica" resaltan en la composición general, redundando de manera agresiva los conceptos sobre los que versa esta imagen.

El resto del diseño siguió los mismos derroteros de la portada: la contraportada describía su uso, el listado de canciones, y la compañía discográfica (Virgin Records). En el interior, otro texto, más largo, narraba la historia del grupo.

This is the back of a RECORD COVER. Catalogue No. V2108. This writing is the DESIGN on the back of the cover. This design is not like that on the FRONT. Its aim is to impart information about the RECORD and the GATEFOLD INSERT within rather than trying to sell it by being impactful or clever or any of those things. We have kept it in the same style so that the entire package has a sense of IDENTITY whichever way you see it. The record is by XTC. This is their second album. We won't attempt to describe their music because all you have to do is play it and you can describe it for yourself. XTC is made up of Andy Partridge, Barry Andrews, Colin Moulding and Terry Chambers. We have shown photos of them below because this is regarded as commercially sensible and helpful in creating their image. And if you're curious at all you might find it interesting to see what the musicians actually look like. And there are more pictures and words on the very colourful insert which you can only see if you buy the whole thing.

Many people think it helpful and useful to know some details about the songs on the record in side, so here they are:-

1. Meccanik Dancing (Oh We Go!)	2. Battery Brides (Andy
Parsons Brian)	Partridge)
3. Buzzcity Talki	ng 4. Crowded Room 5. The
Rhythm 6. Red 7. Beatown 8. Mi	fe is Good in the Greenhouse
9. Jumping in Gomorrah 10. My	Weapon 11. Super-Tuff
12. I am the Audience. You m	ay also be interested to know that

the record was produced and Engineered by John Leckie with assistant engineers Haydn Be ndall and Pete James at Abbey Road, also, Andy Lewelyn and Jess Sutcliffe at Matrix and that Barry's Roots photos were by Dave Eagle. We have to repeat the catalogue number on the insert for bureaucratic reasons and here it is V2108.

Lastly we would like to make it clear that this is a product of Virgin Records Limited, partly because they wanted us to and partly because it is a legal necessity. Virgin Records' head office is located at Vernon Yard, Portobello Road, London W.11, and is (P) Virgin Records 1978 and (c) 1978 Virgin Music (Publishers) Ltd. This sleeve was written and photographed by Hipgnosis and printed in England by James Upton Ltd.

XTC
This is a record company biography which, unlike a real biography, tells you only what is convenient for you to know. Its style and appearance, which will be applauded by some as iconoclastic and dismissed by others as pretentious, corresponds closely to that on the cover of XTC's new album 'Go 2'. Its function is to provide information about the group for the recipient, usually a journalist, to employ when writing about them. Often, a biography exceeds that function by expressing carefully programmed opinions in persuasively vacuous biz-speak. This provides the company representative with some vague sense of purpose and the journalist with an opportunity to paraphrase the results without recourse to such tiresome activities as thought, the eventual intention being that the public should view the band exactly as wished by their record company. All that need be known about XTC, other than what is written about them by those who are not duty-bound to enthuse, is that the present line-up was formed early in 1977 when keyboards player Barry Andrews joined. Previously, guitarist Andy Partridge, bassist Colin Moulding and drummer Terry Chambers had worked together, with others, as Star Park and The Helium Kidz. Beginning in their home town of Swindon, the band soon built up a substantial following. Their first record after signing with Virgin was 'XTC 3D EP' (VS 18812), released last October. With the assistance of constant touring, this sold out its listed edition of 30,000 copies and was subsequently re-issued with the catalogue number VOLE 3. Their first LP 'White Music' (V2095), which contained eleven XTC originals and the group's interpretation of Bob Dylan's 'All Along The Watchtower', was released in January 1978. It was preceded by the appearance of a single 'Statue of Liberty'/'Hang On To The Night' (VS 201) and a European tour with Talking Heads, and followed by a 33-date UK tour of their own. A second single 'This Is Pop?/'Heatwave' (VS 209), was released in May 1978. Their new album 'Go 2' (V2108), recorded this summer, contains 13 new songs and two more, 'Are You Receiving Me?/'Instant Tunes', are released as a single. A 'dub' EP of album tracks follows soon after. Adjectives employed most frequently when describing XTC are 'attractive', 'energetic', 'unique', 'bizarre', 'addictive', 'intelligent', and 'inventive'.

Contraportada e interior

Relación de temáticas

La temática de *Go2* alude por un lado a la **creación de la portada discográfica**, al tiempo que incita a comprar el disco en cuestión. **Relacionada con la sociedad de consumo**, el diseño y la publicidad. Remarca el placer del consumo, una erótica consumista disfrazada bajo el velo de diseño minimal.

Así, podemos leer:

"his writing is trying to pull you in much like an eye-catching picture. It is designed to get you to READ IT. This is called luring the VICTIM, and you are the VICTIM."

“su escritura está intentando empujar como una imagen que atrape la vista. Está diseñada para provocar que la leas. Esto es llamado lanzar el anzuelo a la víctima, y tú eres la víctima”

"We're letting you know that you ought to buy this record because in essence it's a PRODUCT and PRODUCTS are to be consumed and you are a consumer and this is a good PRODUCT."

“estamos permitiéndote saber que deberías comprar este disco porque en esencia es un producto y los productos están hechos para ser consumidos y tú eres un consumidor y este es un buen producto”

5-5 SEX PISTOLS - GOD SAVE THE QUEEN

Autor: Jamie Reid

Año: 1977



God save the Queen, 1977

Relaciones sintácticas

En la portada de *God save the Queen* el fondo azul sirve de apoyo al retrato monocromo de la reina Isabel II, enmarcado en un óvalo. Jamie Reid tapa la boca y los ojos de la monarca con un collage de recortes que forman los nombres de la canción y del grupo.

La imagen, muy rotunda y sintética, queda definida por esta interrelación entre la fotografía y una tipografía irregular formada por los citados recortes.

A nivel cromático, el autor reduce su paleta a dos colores: azul y plata en un nivel de saturación y luminosidad media-baja. Este cromatismo es el mismo empleado

en el 25 aniversario de la llegada al trono de la monarca, coincidente en el tiempo con la canción de Sex Pistols.



Taza y plato conmemorativos del 25º aniversario de la llegada al trono de Isabel II, donde observamos los colores azul y plata.

Estilísticamente la imagen se enmarca en una figuración naturalista muy sintetizada por su reducción monocromática, al tiempo que podemos emparentarla con una retratística arte pop.

No obstante, la imagen de Reid nos retrotrae a la obra *El crítico de arte* del dadaísta Raoul Hausmann, realizada en 1919-20. Asimismo, no dejan de estar presentes las influencias situacionistas de su autor: En 1968, nueve años antes de la aparición de *God save the Queen*, la revista *Atelier Populaire* edita un póster de una momia con un imperdible en la boca.



Raoul Hausmann, *El crítico de arte*, 1919



Atelier Populaire, 1968

Relaciones de intenciones y actitudes

Tras su paso por varias compañías discográficas (EMI y A&M), los Sex Pistols recalcan en Virgin Records. La calculadora campaña de publicidad incluye un anuncio en televisión donde John Lydon anuncia la vuelta del grupo.

El sencillo escala a la primera posición de las ventas y es vetado de las listas, con el número 1 apareciendo vacío. Para que el impacto no cese, el manager de los Sex Pistols, Malcolm McLaren, busca un barco que para más inri se llama *Queen Elizabeth* y logra que la banda surque el Thamesis tocando la canción. La acción provoca el odio del sector conservador de la sociedad inglesa, pero hace ganar muchísimo dinero al grupo, a McLaren y a Virgin Records.

Con esta imagen Jamie Reid hermana una clara **intencionalidad perversa con otra de cariz crítico**: El Jubileo se empleó mediaticamente para disimular las carencias sociales británicas de los años setenta (paro, huelgas, descontento, división territorial con Escocia, Galés e Irlanda del Norte exigiendo su independencia, etc).

La portada de *God Save the Queen* fue nombrada Número 1 en la lista de las portadas de disco más importantes por la revista *Q Magazine*.

Relaciones temáticas

Podríamos denominar la temática de esta imagen cómo **política**, dada su referencia directa a un personaje tan importante en la vida social y política británica como es la reina Isabel II, (más aún teniendo en cuenta que éste conmemoraba su llegada al poder). La manipulación sobre la efigie de la monarca, tapándole ojos y boca, dota al conjunto de un **enfoque abiertamente burlón y/o sarcástico**.

5-6 SANTANA - ABRAXAS

Autor: Mati Klarwein

Año: 1970 (pintado en 1962)



Mati Klarwein, *La anunciación*, 1962

Relaciones sintácticas

La Anunciación rebosa elementos en todo su conjunto, resultando complicado discernir una estructura fundamental, que se apoya en la relación establecida entre el ángel rojo, y la "virgen". Ambos personajes están dotados de exuberantes formas femeninas. El fondo de la obra es dominado por un paisaje que continúa las trazas de abigarramiento y recarga de toda la obra. A la derecha, el fondo queda tapado por un muro y un elefante.

El pintor divide en dos zonas la escena:

Una interior, más pequeña, situada a la derecha en la que se sitúa la "virgen", debajo de un muro empedrado. Ésta se ve acompañada de una ingente cantidad de elementos simbólicos como el huevo eclosionado a su derecha, del que emergen unas flores (indudable eco daliniano), una paloma blanca que tapa parcialmente su pubis y un elefante vestido a la usanza hindú que toca con su trompa a la virgen.

Otra exterior, de mayor tamaño, a la izquierda, en la que atisbamos un paisaje en la lejanía, tres bailarines Woodabe (tribu de Níger, el central con el ángel dibujado en el tocado que porta en la cabeza) un autorretrato del propio Klarwein, que mira sonriente al espectador, con su pie debajo de la enorme aleta del pez dispuesto

entre las dos velas más a la izquierda, enfundado en unas gafas de sol y un sombrero de paja. A su lado una descomunal cantidad de frutas, velas y otros motivos. En la esquina inferior derecha vemos un fragmento de la cala de Deia, localidad mallorquina donde vivía el artista. En la superior derecha, la torre de lo que parece ser un templo hindú.



Detalles de la cala de Deia y del autorretrato de Mati Klarwein

La composición, totalmente acumulativa, se estructura en torno a la conga que porta el ángel, que hace de eje del que parten cuatro diagonales:

- Primera, siguiendo la orientación de la cabeza de la conga, hacia la esquina inferior derecha, continúa con la paloma blanca, y acaba en la mesa de la "virgen"
- Segunda, cuyo recorrido marcan las velas dispuestas frente a las frutas, hacia la esquina inferior izquierda
- Tercera, continuando la cola de la conga, pasando por la cabeza del bailarín Woodabe más próximo, y llegando hasta el templo hindú
- Cuarta, que prosigue la orientación del cuerpo del "ángel", sigue con las flores y acaba en la cabeza del elefante



Detalle de la tipografía

Sobre *La anunciación* se superpone una tipografía diseñada por Bob Venosa que da nombre a la banda y al disco. Para destacarla sobre los elementos del cuadro se recurre a un tono negro con un reborde rojizo.

Es complicado discernir si Klarwein tiene clara la composición del cuadro a priori, o si la naturaleza de collage fantástico de la obra es lograda por el pintor a medida que éste añade más y más elementos: *La anunciación* es una obra en la que apenas hay "reposo visual", ni si quiera el cielo o la base terrosa se libran de ser detallados. A nivel cromático la imagen presenta un nivel alto de saturación en todo su conjunto, siendo el ángel central el punto de mayor intensidad cromática (logrado gracias al rojo intenso del cuerpo del personaje).

Klarwein se detiene en la descripción minuciosa de texturas, ya sean telas, tierra, frutas o pieles. No obstante, el conjunto denota un cierto toque *näif* acrecentado por lo plano de las formas y la no jerarquización compositiva. El artista hace de estas características señas de identidad de su trabajo, al tiempo que dota a éste de unas marcadas referencias oníricas que lo emparentan con el Surrealismo.

Relaciones de intenciones y actitudes

Titulado con una palabra del libro *Demian* de Hermann Hesse, a su vez procedente de la cosmología Gnóstica, *Abraxas* (1970) es el disco más importante de Santana. La imagen que cubre portada y contraportada corresponde al cuadro *La anunciación*, pintado en 1962 por Mati Klarwein (tempera y óleo sobre lienzo encolado a madera. 88 x 128,5 centímetros). Santana visita el estudio del pintor estando éste ausente, y se siente atraído por las congas que el ángel rojo porta en sus piernas.

Klarwein había sido alumno de Fernand Léger y Ernst Fuchs. De este último heredó su gusto por fantasía, las composiciones abigarradas, la estilización y deformación de los personajes, y una saturación cromática brillante. El estilo pictórico de Klarwein entremezcla ornamentación y onírica a partes iguales, enlazando surrealismo con orientalismos, dotando a sus obras de un fuerte carácter decorativo. En el caso de *La anunciación* observamos una clara **intencionalidad étnica, a la par que trascendental y/o espiritual.**

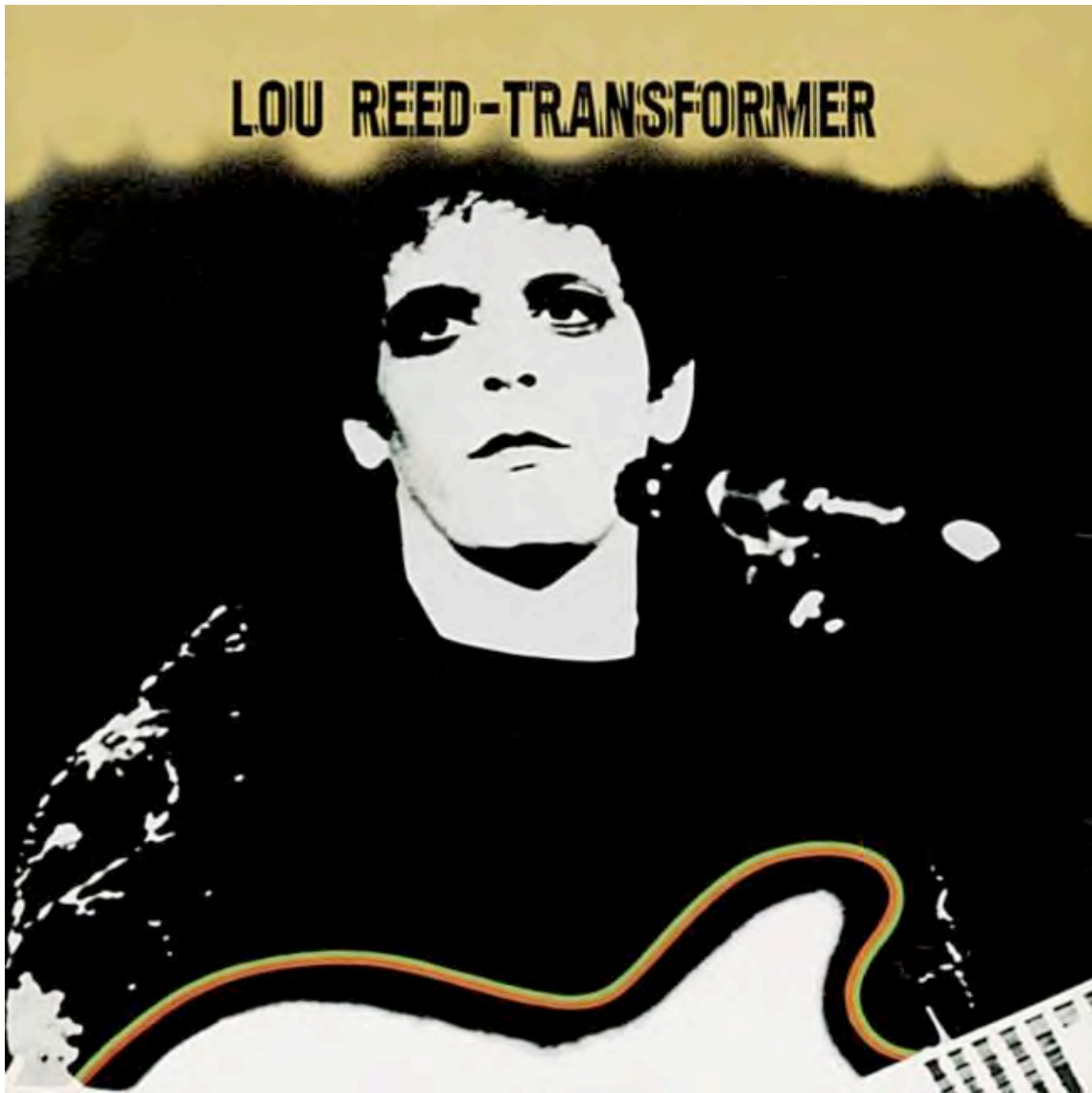
Relación de temáticas

Klarwein interpreta de manera simbólica la anunciación bíblica, sustituyendo a la virgen María por su propia novia, y al arcángel por una chica de Mallorca. Ambas dotan a la obra de un cierto **cariz erótico dentro de su temática exótica.** La obra se enmarca dentro de la tradición visionaria de los años sesenta, si bien, alejada de los cánones psicodélicos que como observamos al estudiar el año de ejecución de la obra (1962) se desarrollan a posteriori.

5-7 LOU REED - TRANSFORMER

Autor: Mick Rock

Año: 1972



Transformer, 1972

Relaciones sintácticas

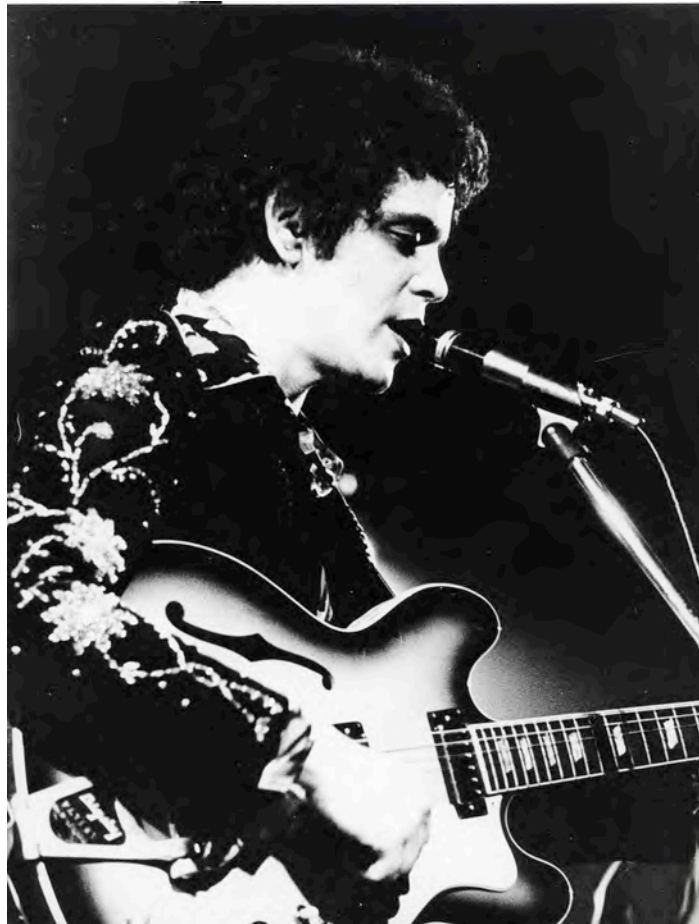
En esta imagen la relación fondo-figura se reduce a la presencia del retrato de Reed, integrado en el fondo negro. Una tipografía desenfocada emerge por encima de la cabeza del músico. Cromáticamente combina blanco y negro con algunos ribetes de color en la guitarra que Reed sostiene, y el tono dorado de la zona superior en el que se apoya el nombre del autor y el título, parcialmente desenfocados.

La composición, muy sintética, gira en torno al rostro del músico. El carácter plano de la superficie y el fuerte contraste cromático refuerzan las facciones del músico, que aparece con una mirada ausente y un gesto adusto.

La imagen posee un carácter pop próximo a la retratística de Warhol, con quien Reed colaboró en su etapa con The Velvet Underground. La síntesis compositiva y estructural, a la par que la monocromía de la imagen, aproximan la portada de Mick Rock a los retratos del artista estadounidense.

Relaciones de intenciones y actitudes

Reed se adaptó al glam rock motivado por la recepción masiva que algunos artistas como David Bowie (admirador suyo) estaban logrando. Contando con el apoyo de este último se convirtió en un ícono glam. Explotando una imagen ambigua no exenta de su perenne oscuridad, la escena *glitter* británica lo aceptó y veneró.



Lou Reed en su etapa glam-rock, 1972

La portada de Transformer presenta a un crepuscular y maquillado Lou Reed, más próximo al David Bowie heredero del teatro Kabuki, que al poeta urbano de la Velvet Underground.

Angie Bowie, ex mujer de David, vistió a Reed con diamantes de pega y maquillaje japonés, y recuerda cómo se referían a él cómo *el tiburón blanco* de Nueva York. Con esta imagen intentó llevar esa definición a la práctica.

Mick Rock comenta como la fotografía fue sobreexpuesta mientras se revelaba, pero que al gustarle el fuerte contraste generado decidió entregar la imagen de ese modo a Lou Reed. El rostro de éste, a la par que lo monocromático de la composición nos hace entrever una **intencionalidad melancólica**.

Relaciones temáticas

Transformer fue el homenaje de Lou Reed a las *drag queens* de la escena warholiana en la Factory. Muchas de las canciones contenidas en este disco trataban sobre personajes que Reed conoció, cómo es el caso de la conocida *Walk on the wild side*, en la que describe a algunos de los transexuales que rodeaban a Andy Warhol (Holly Woodlawn y Candy Darling).

El título del disco, aludía directamente al transformismo y ambigüedad sexual, tan en boga a comienzos de los años setenta, (como hemos estudiado en torno al movimiento Glam Rock). Podríamos definir la temática de la imagen como **heroica con un toque nostálgico**.



Holly Woodlawn



Candy Darling con Warhol, finales de los 60

5-8 THE MOTHERS OF INVENTION - WEASELS RIPPED MY FLESH

Autor: Neon Park XIII

Año: 1970



Weasels ripped my flesh, 1970

Relaciones sintácticas

En primer plano observamos el retrato de un hombre sonriente que se afeita con una maquinilla de la cual emerge una comadreja, ésta rasga la cara del hombre, que parece no inmutarse. No hay más fondo que la base amarilla sobre la que se asienta la figura. En cuanto a la relación entre imagen y textos, esta portada presenta un estilo próximo al cómic, con la inclusión de bocadillos donde aparecen el nombre de la banda y el título del disco.

Gráficamente los contornos están muy definidos, enfatizando el estilo cómic que citábamos. Cromáticamente el amarillo del fondo presenta el punto de mayor

saturación, que a su vez estructura la composición en una diagonal que divide la imagen entre dicha zona y el azul del traje del personaje. Otra diagonal perpendicular a la anterior, recorre el rostro del hombre y se enlaza con la corbata y la maquinilla de afeitar que éste porta.

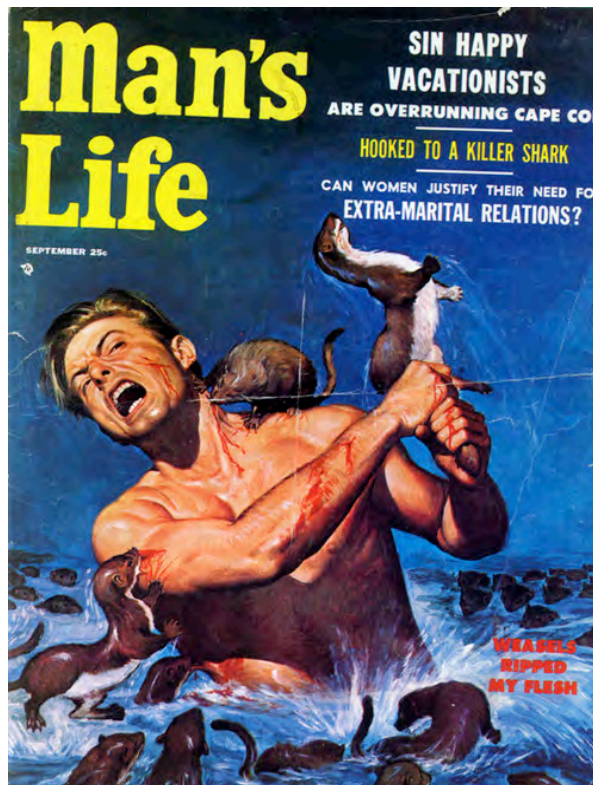
La escena es iluminada desde la zona superior izquierda, y dota a la imagen de un nivel de contraste medio, muy patente en el rostro y manos del hombre (enfaticando la volumetría del mismo). Podemos enmarcar esta imagen dentro del arte pop, con un anclaje fundamental en la tradición del cómic americano.

Relaciones de intenciones y actitudes

Neon Park causa un gran escándalo cuando Frank Zappa edita el disco *Weasels ripped my flesh* en 1970, con la primera cubierta que diseña el artista. Zappa mostró al artista un ejemplar de la revista *Man's Life* de 1956 titulado *Las comadreas rasgan mi carne* para inspirarse. Además le dijo si era capaz de hacer algo *peor* que eso.

El sello discográfico de Frank Zappa, Warner Bros se negó en principio a editar el disco con esta imagen, accediendo posteriormente por las presiones del músico.

Neon Park dota a la escena de **una intencionalidad irónica al tiempo que perversa**: El pintor se decanta por hacer una parodia pintando a un hombre sonriente que se afeita con una maquinilla - comadreja que le raja los carrillos.



Man's Life, 1956

Relaciones temáticas

Con una **temática grotesca**, la imagen es una traslación literal del título del álbum (“Las comadreas rasgan mi piel”), y por un lado continúa la senda sarcástica – grotesca de las portadas de Frank Zappa y su banda The Mothers of invention. Por otro lado, se enlaza con los trabajos que Neon Park desarrolló para otros grupos y su estética próxima al cómic.



Frank Zappa and the mothers of... , *Uncle meat*, 1969

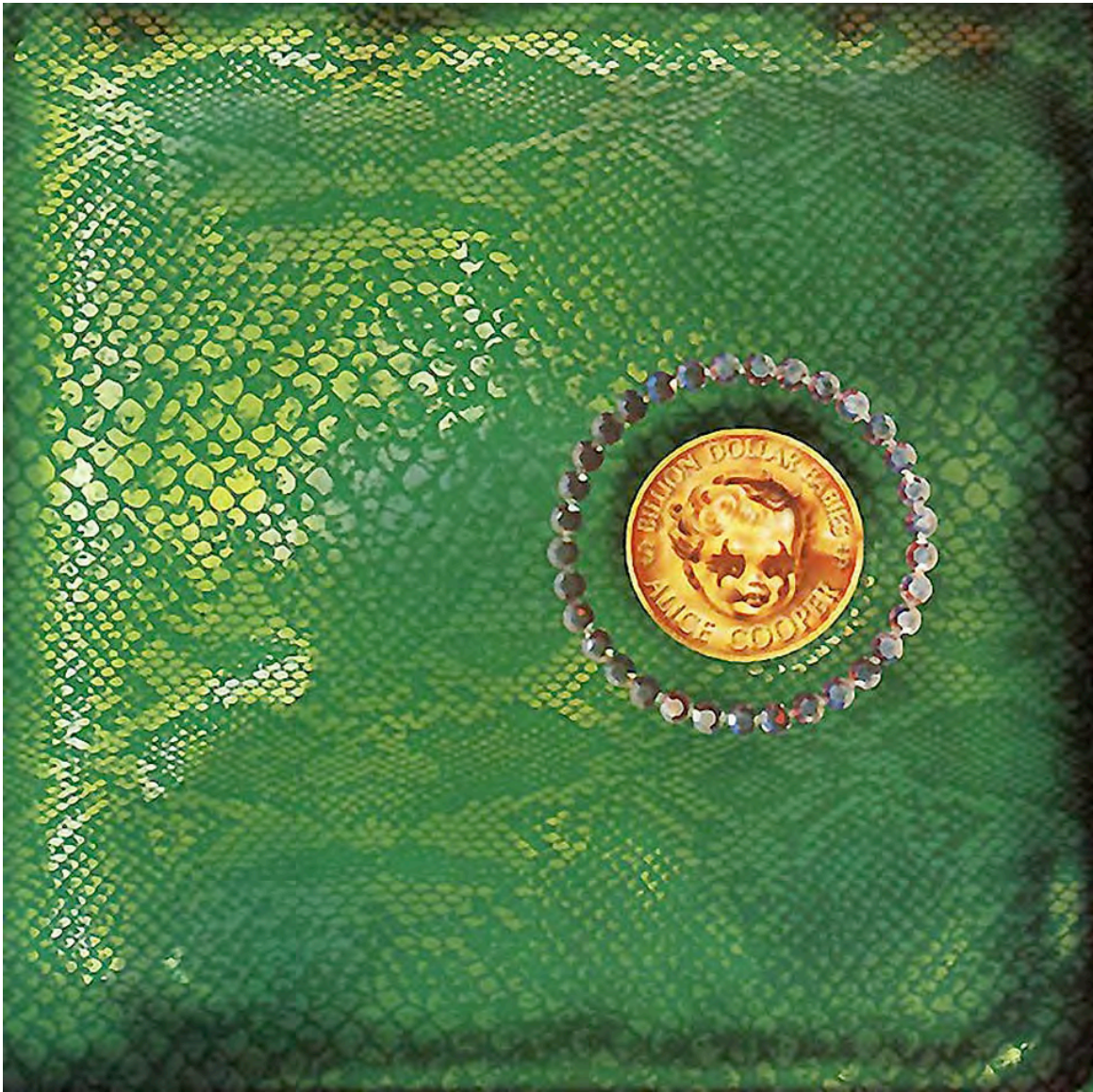


Little Feat, *Sailin' Shoes*, 1972

5-9 ALICE COOPER - BILLION DOLLAR BABIES

Autores: Pacific Eye & Ear

Año: 1973

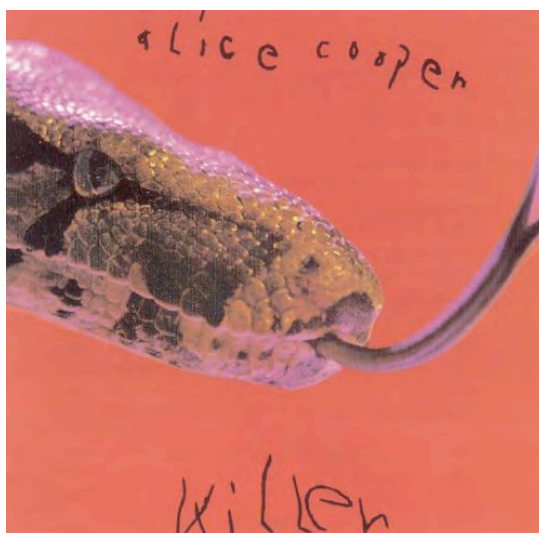


Billion Dollar Babies, 1973

Relaciones sintácticas

En esta imagen, la relación fondo figura es configurada entre la superficie verde del fondo, y el medallón / moneda superpuesta encima. El título del disco y el nombre de la banda, grabados en éste, son los únicos textos presentes en esta portada, y su importancia queda muy velada dado el pequeño tamaño de los mismos.

El conjunto simula una cartera de piel de serpiente. La serpiente era un motivo al que el grupo ya había aludido directamente en el diseño de *Killer* (1971). En la portada de *Billion Dollar Babies*, se alude al réptil en la textura de verdosa, que se establece cómo fondo sobre el que se colocó un medallón dorado con la efigie de un bebé maquillado cómo Alice Cooper, rodeado de diamantes.



Killer, 1971

Cromáticamente la imagen es dominada por las tonalidades verdes del fondo, solo rotas por el amarillo de la placa, ambos con un nivel de saturación medio-alto. El enmarcado de diamantes del medallón es el único punto de baja saturación de la portada, con unas tonalidades grisáceas salpicadas de puntos de color rojo o azul.

El contraste de luminosidad potencia el relieve de la textura, siendo la zona superior izquierda la más iluminada, y los laterales derecho y bajo los más oscuros. A nuestro juicio, enmarcaríamos *Billion Dollar Babies* dentro de un carácter pop próximo al cómic presente en el retrato del bebé contenido en la medalla.

Relaciones de intenciones y actitudes

Sexto disco del Alice Cooper Group, editado en su momento de mayor fama (1973). El equipo de diseñadores Pacific Eye and Ear desarrolla un paquete completo que va desde la portada al billete de un billón de dólares interior con una fotografía de los miembros del grupo (ver página siguiente).

Con una **intencionalidad lúdica al tiempo que irónica**, el empaquetado de *Billion Dollar Babies* representa de un modo ejemplar el exceso pretencioso al que había llegado el rock a comienzos de los setenta. Intencionadamente arrogante propaganda de su riqueza y estatus de popularidad. Al mismo tiempo, enlaza con los diseños "interactivos" que venían realizándose por la época, cómo *School's Out* (1972), del propio Alice Cooper, o *Sticky Fingers* (1971) de los Rolling Stones (y que ya analizamos anteriormente).



Fotografía interior



Billete de un billón de dólares contenido en el disco

Relación de temáticas

Billion Dollar Babies refleja a un grupo sabedor de su estatus, que, habiendo trabajado siempre desde un enfoque provocador, sabe que para continuar su senda no hay mejor propaganda que la bravuconada. El disco y la imagen que lo ilustra giran en torno al poder del dinero y a la autoproclamación de saberse tenedor de dicho poder. Podríamos considerar el bebé como una falsa inocencia encubierta. Una **temática heroica enmarcada dentro de la sociedad de consumo.**

THE BEATLES - SARGENT PEPPER'S LONELY HEARTS CLUB BAND

Autor: Peter Blake

Año: 1967



Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band, 1967

Relaciones sintácticas

A nivel compositivo la imagen pivota alrededor de los cuatro Beatles, situados en el centro y ataviados con trajes de colores muy brillantes (John Lennon amarillo, Ringo Starr magenta, Paul McCartney azul cyan y George Harrison rojo). Detrás de ellos se sitúan una ingente cantidad de retratos de personajes populares.

La relación fondo figura queda establecida en tres niveles: el "jardín" con el nombre de la banda, los retratos del grupo y el resto de personajes, y finalmente el fondo azul sobre el que se apoyan éstos.

Los textos aparecen en dos parcelas muy diferentes entre sí: el nombre del grupo, realizado a partir de flores, a gran tamaño y en primer plano; y el título del disco, en el bombo situado delante de los componentes de la banda.

Tildada normalmente como un collage, la imagen es en realidad una fotografía tomada por Michael Cooper. *Sgt. Pepper's* es una imagen de un claro nivel acumulativo. Destaca la muchedumbre de personajes, compuesta por personalidades icónicas que de un modo u otro habían influenciado a The Beatles. Desde el mago Aleister Crowley, pasando por el actor Fred Astaire al ilustrador Aubrey Beardsley, el filósofo Karl Marx o el escritor Lewis Carroll. En total son 87 imágenes entre personajes y objetos las que acompañan al propio grupo, retratado vistiendo unos coloristas trajes propios de una banda de música. El resultado se empareja con las fotografías grupales de tipo escolar o deportivo.

Cromáticamente, los cuatro componentes del grupo alcanzan un mayor nivel de saturación. Esto les ayuda a posicionarse por encima del resto. A su vez, el nombre de la banda, que aparece en la parte inferior realizado con flores rojas, también posee una fuerza cromática que lo ayuda a situarse en un plano destacado. La iluminación es frontal, y no presenta un contraste muy fuerte, permaneciendo en un nivel medio.

La naturaleza de la imagen se enmarca dentro de la tradición arte pop de su autor, Peter Blake, muy en concreto con las composiciones acumulativas que éste había trabajado en obras anteriores como *On the Balcony* (1957).



On the balcony, 1957

Relaciones de intenciones y actitudes

Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band es uno de los discos más importantes de la historia de la música moderna y según algunos críticos, el *techo creativo* de los Beatles. Lo intrincado de su producción, y el aspecto que más nos interesa, la rompedora portada de Peter Blake, lo convirtieron en uno de los discos de obligada referencia en nuestro estudio.

Paul McCartney, propuso la creación de un alter ego de la propia banda: "El club de los corazones solitarios del Sargento Pimienta". Basándose en los nombres de los grupos psicodélicos americanos (*Quicksilver Messenger Service, Jefferson Airplane, Country Joe and the Fish...*). Su icónica portada continúa siendo una de las imágenes más significativas del rock. Peter Blake ya había trabajado en torno a los Beatles en una serie de cuadros que incluía a varias luminarias del rock y el pop. Blake es uno de los representantes más renombrados del arte pop británico, y entre sus intenciones se contaba la de crear un arte que pudiera ser consumido por una audiencia general.

Robert Fraser, galerista de Londres y amigo de Blake y los Beatles, intercedió entre ambos, poniéndolos en contacto. La idea a la que llegaron fue parodiar una banda militar alemana, y Blake sugirió la *cama* de flores y la aparición de una multitud de figuras culturales en lugar de una audiencia anónima. La presencia de estos "figurantes" repercute en la naturaleza eminentemente pop de la imagen.

Blake dota a esta portada de una **intencionalidad fragmentaria al tiempo que contemplativa**, en consonancia con la complejidad musical que contenía el propio disco.

El papel de la cubierta de este disco fue el pistoletazo de salida para que multitud de grupos, especialmente los más populares, comenzasen un despliegue visual sin precedentes. El camino allanado por *Pepper's* otorgaba a las portadas una función mucho mayor que mera cubierta: eran objetos de arte casi independientes, que exigirían desde ese momento una dedicación y cuidado no vistos hasta la fecha.

Un papel definitivo dentro del arte comercial, entre los diseños más influyentes de la segunda mitad del siglo XX.

Relaciones temáticas

Podríamos catalogar la temática de esta imagen como **histórica**, por la citación a personajes de renombre que rodean a los miembros de The Beatles. Al mismo tiempo, cabría preguntarse si este hecho redundaría en una auto – glorificación por parte del propio grupo, situándose a la altura de dichos personajes, sabedores de su importancia y renombre en el panorama cultural de mediados del siglo XX.

THE BEATLES – THE BEATLES (WHITE ALBUM)

Autor: Richard Hamilton

Año: 1968



The White Album, 1968

Relaciones sintácticas

La portada del conocido como *White Album* (“disco blanco”) presenta una composición minimalista en la que se apoya el nombre del grupo sobre un fondo completamente blanco, siendo esta la única relación fondo-figura que hay. Las primeras ediciones del disco contenían además, un número de serie correspondiente a su fabricación.

El texto está situado en el centro de la imagen, desplazado hacia la derecha por lo que deja la zona izquierda completamente vacía. Es en la tipografía donde observamos la única irregularidad presente en la imagen: La palabra “The” aparece en minúsculas, salvo la mayúscula “T”, y “Beatles” enteramente en mayúsculas.

A nivel cromático domina el blanco del fondo, únicamente roto por el gris de la tipografía.

Podemos emparentar la imagen con los trabajos minimalistas de su autor. Richard Hamilton es muy conocido por su trabajo pop, del que es considerado uno de los principales representantes británicos. Sin embargo, ya en 1957 (11 años antes de aparecer el *White Album*) desarrolló la instalación *An Exhibit* en colaboración con el artista Victor Pasmore. En ella colgó varios paneles acrílicos de diferentes colores y transparencias con cuerdas de piano del techo. Los artistas trataron con esta obra de hacer algo que no tuviera más tema que el propio vacío y/o ausencia de ideas concretas. Una exposición puramente abstracta.



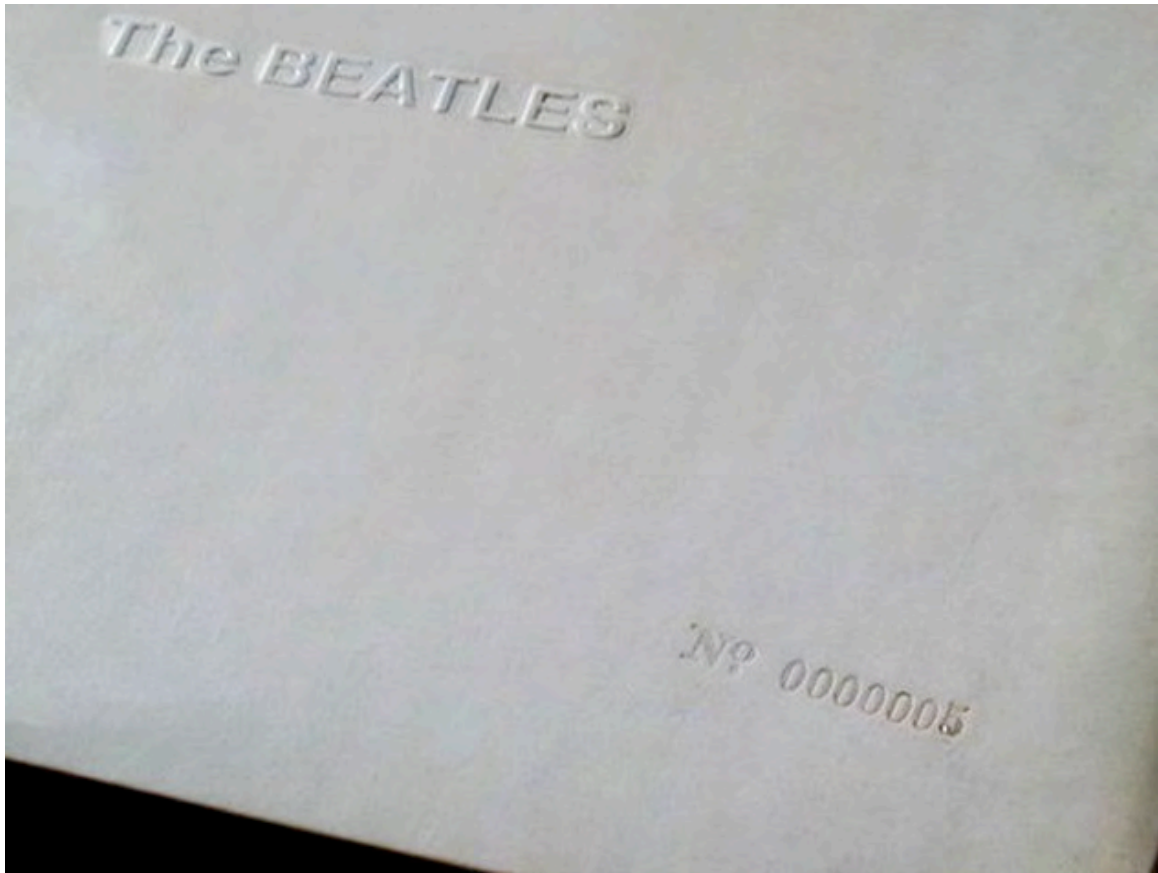
Richard Hamilton, *An Exhibit* (reconstrucción en el ICA, Londres, 2014), 1957

Relaciones de intenciones y actitudes

The Beatles fue el disco doble con el que la banda dio continuidad al *Sgt. Pepper's*. Como estudiamos en lo referente a 1968 (año en el que apareció), la comercialización excesiva de hippismo y psicodelia agotaron el modelo y el rock viró hacia un regreso a sus raíces primitivas. Los Beatles pasaron del rumbo barroco y recargado que tenía *Sgt. Pepper's* y se sumaron al carácter revisionista del rock.

No obstante, fue una ruptura parcial, ya que el *White Album* contenía una ambición creativa que se tradujo en su larga duración y su experimentación, pero de un modo diferente: The Beatles quisieron desmarcarse de su senda, que había sido copada por una infinidad de plagios que también se estaban produciendo en materia visual.

Para la portada la banda recurrió nuevamente a Robert Fraser como intermediario y éste escogió a otro representante del arte pop: Richard Hamilton. Fraser les enseñó un collage que el artista había hecho a partir de recortes de periódicos sobre el juicio por consumo de drogas de los Rolling Stones. McCartney preguntó a



Número de serie 0000005

Relaciones temáticas

La temática de la imagen que ilustra el *White Album* redonda en el **conceptualismo en torno a la ausencia de un tema concreto** que Hamilton había trabajado anteriormente en *An exhibit*. Como hemos comentado anteriormente, es la relación directa con su antecesor lo que dota a esta portada de su característica principal: una naturaleza de **respuesta** que opta por una estética y concepto opuestos a un antecedente barroco y recargado. Asimismo, y como hemos comentado en el párrafo anterior, la presencia de un número de serie en las primeras ediciones le añade un argumento en torno a la sociedad de consumo capitalista.

YES – TALES FROM TOPOGRAPHIC OCEANS

Autor: Roger Dean

Año: 1973



Tales from topographic oceans, 1973

Relaciones sintácticas

En esta imagen (portada y contraportada del disco unidas en el desplegable que formaban) observamos un fondo panorámico a modo de paisaje nocturno, dividido en dos zonas principales: el cielo estrellado de la zona superior, y el desierto de la inferior. Al fondo de este último, en la zona derecha, vemos una pirámide maya (un requerimiento de el cantante de Yes, Jon Anderson) debajo de la cual se observa una marca en la arena similar a las que se observan en Nazca (Perú). La forma del edificio queda muy contrastada gracias a la presencia de la luna detrás.

Varios roquedales (imágenes procedentes de las rocas Brimham, en Yorkshire, Inglaterra) dispersos a lo largo de la imagen, con uno central del que brota agua, no desvían la atención de la presencia determinante en la imagen: un grupo de varios peces, envueltos por una vaina semitransparente que parte de la pirámide del fondo, dirigiéndose a un lugar indeterminado.

El único texto presente en la portada son los nombres del disco y del grupo, escritos con la sinuosa tipografía que Roger Dean diseñó ex profeso para la banda. La imagen presenta un nivel parcialmente acumulativo, con los diferentes elementos que hemos descrito interactuando entre sí.

A nivel cromático, la imagen es dominada por la yuxtaposición entre el degradado azul de la zona superior y los grises de la inferior. Toques de verde presente en cielo, vegetación y peces aportan el tercer tono principal en la obra. Una armonía fría para un atípico paisaje nocturno.

La imagen se encuadra a la perfección dentro del conjunto de obras que hizo para Yes a comienzos de los setenta. *Tales from topographic oceans* es un trabajo que resume las señas de identidad de Roger Dean, conjugando ilustración onírica, paisajismo, ciencia ficción y elementos orgánicos de la naturaleza. Dean suele comentar que no se ve como un artista fantástico, sino como paisajista. El arte de éste se relaciona con el Surrealismo y el paisajismo japonés.

Relaciones de intenciones y actitudes

En esta portada Roger Dean descontextualiza elementos que a la postre nos son familiares (peces, un paisaje desértico, una pirámide...) que conjugados, hacen brotar su personal mundo onírico. Su autor la dotó de una **intencionalidad contemplativa**.

Dean relata como él y el cantante de Yes, Jon Anderson, mantuvieron una larga conversación durante un viaje en avión de Londres a Tokyo, y se sintieron inspirados por lo que los patrones que observaron en los paisajes desde el cielo. Resolvieron que la mejor idea para la portada del disco sería un "paisaje mágico".

Según el artista, ningún elemento de la portada fue imaginado. Todo es un retrato de algo existente en la realidad, siendo la pirámide maya la más evidente. La roca situada a la izquierda corresponde a un emplazamiento megalítico en Avebury (Reino Unido), y las rocas centrales de las que brota agua están en el conjunto rocoso de Brimham Rocks (Reino Unido).

Tales from topographic oceans fue votada como la mejor portada de todos los tiempos en 2002 por los lectores de la revista Rolling Stone.

Relaciones temáticas

Tales from topographic oceans prosigue la línea marcadamente **fantástica** de su autor. No obstante, también observamos unos tintes **históricos y étnicos** dada la presencia de la pirámide maya (la de Chichen Itza) y la marca de Nazca (el mono) en el suelo.



Detalle de la pirámide y dibujo Nazca



Pirámide de Chichen Itza, Mexico



Mona de Nazca, Perú

GRATEFUL DEAD - AOXOMOXOA

Autor: Rick Griffin

Año: 1969



Aoxomoxoa, 1969

Relaciones sintácticas

La relación fondo figura queda establecida en varios niveles: Un fondo negro, a derecho e izquierda observamos unos pebeteros de los que emerge humo. Una parte central en la que se encuentran los principales motivos de la composición. Esta zona está enmarcada por un degradado que va del amarillo al rojo, y dentro vemos una imagen dominada por el sol, situado en el centro de la composición.

Sobre él se sitúa el nombre del grupo. La tipografía de éste y del título del disco poseen una gran irregularidad, al tiempo que refuerzan la simetría dominante en el conjunto.

Observamos una calavera que porta dos huevos. Inmediatamente debajo, el título del disco, cuya "M" contiene un escarabajo en su parte central.

La zona semicircular de la zona baja de la composición enfatiza la simetría, al tiempo que posibilita la inclusión de varios elementos como árboles o setas.

La parte superior consta de un círculo dorado del que parten dos cobras y dos alas a ambos lados, con una estilización propia de arte egipcio.

A nivel cromático, la imagen posee una alta saturación en su zona media, con un fuerte contraste entre los tonos calidos del sol, logo del grupo, recuadro interior y base; y los fríos del fondo azul, esqueleto y setas. El cromatismo colorista del conjunto es roto por el gris de los lados izquierdo y derecho, en los que se sitúan los pebeteros.

La estilización formal y el uso de un trazo muy marcado enfatizan el carácter decorativo de la imagen, al tiempo que la contextualizan dentro de los parámetros del arte psicodélico general y de la obra de Griffin en concreto.

Relaciones de intenciones y actitudes

Aoxomoxoa es el tercer disco de Grateful Dead, ilustrado por Rick Griffin. La imagen más conocida de su autor, y una de las más populares del arte psicodélico en general, considerada uno de los íconos quintaesenciales de éste (motivo por el que la hemos seleccionado para este análisis con respecto a otras del resto de autores del sub-apartado *The Big Five*). Griffin se sentía fascinado por los palíndromos, y fue él quien dio título al disco.

Rick Griffin dotó a *Aoxomoxoa* de **una intencionalidad fragmentaria a la par que trascendental**. La palabra *Aoxomoxoa* es un palíndromo que se presta a multitud de interpretaciones, siendo la más común la que vincula *AO* a *Alfa* y *Omega*, y *OM* a la sagrada sílaba. Al igual que dicha palabra, la propia portada presenta una simetría total, únicamente rota por el nombre del grupo (aunque Griffin se esforzó en disimularlo, deformando las letras y alargando intencionadamente la "R" de *Grateful* y la "A" de *Dead*) para preservar su equilibrio formal.



Detalle del logo del grupo en la portada

Relaciones temáticas

En la parte superior de la imagen observamos lo que parece ser un sol del que emergen dos serpientes a ambos lados, así como dos alas. Dicho símbolo corresponde a Amon-Ra, el dios solar egipcio, deidad suprema que otorgaba la vida. La calavera de la zona inferior se asemeja a un glándula expulsando semen que se dirige a un óvulo, suspendido encima, sobre el que se sitúa el logo con el nombre del grupo. Los pebeteros a ambos lados de la imagen, situados sobre un fondo negro y con un color gris, expulsando humo, vendrían a simbolizar la muerte y el vacío (en claro contraste con el resto de la composición, en colores fuertemente saturados).

El resto de simbología incluida en la imagen (huevos, raíces, incluso lo que parecen ser dos pequeños fetos en la zona intermedia a izquierda y derecha), junto a la simetría compositiva y del título, nos inclinan a pensar que nos encontramos ante una **alegoría del ciclo de la vida**.



Detalle de la imagen (a la derecha puede observarse uno de los "fetos")

6- CONCLUSIONES

Tras analizar el movimiento cultural en torno al rock durante el periodo acotado en el presente trabajo, queremos establecer las siguientes conclusiones. Éstas entran en relación directa con los objetivos marcados al comienzo de este trabajo, así como con nuestra investigación previa (*La imaginería visual vinculada al rock progresivo en la España del Tardofranquismo: Cover art de 1965 a 1975 Barcelona - Madrid - Sevilla*). En ésta, comprobamos unas fuertes conexiones entre el rock y una gráfica onírica emparentada con el Surrealismo. De ello nació la hipótesis lanzada al comienzo de esta tesis: la necesidad de aclarar la presencia de unas identidades visuales procedentes de las vanguardias artísticas del siglo XX en la imaginería del rock (ateniéndonos al periodo acotado).

Fue desde esta premisa que comenzamos nuestra indagación. Con el tiempo hemos hallado que a pesar de la existencia de ciertos nexos entre Surrealismo y algunas de las imágenes usadas en el rock, (como por ejemplo la huella de René Magritte en la agencia de diseñadores Hipgnosis, encargados de las portadas de Pink Floyd, entre otros), el movimiento artístico más emparentado con el rock es el arte pop: Ambos pertenecerían a lo que Charlie Gillet denomina *cultura popular*, compartiendo características comunes y nexos de unión. Marshall McLuhan nos habla del impacto de la televisión a mediados de los años 50, y su causalidad en forma de repetición y acumulación de imágenes. Efectos claros a la hora de evaluar las creaciones visuales y artísticas del rock y del arte pop.

La investigación y compilación de datos se realizó en varias bibliotecas de Bilbao y Madrid. Destacamos la estancia en la biblioteca del Museo Reina Sofía de Madrid durante el primer semestre de 2014, que nos permitió acceder directamente a catálogos de exposiciones internacionales centradas en nuestra materia de estudio.

De entre las fuentes examinadas subrayamos las siguientes:

- Frith, Simon / Horne, Howard - *Art into Pop*
Estudio sobre la formación artística de muchos de los protagonistas rock en el periodo estudiado
- García Lloret, Pepe - *Psicodelia, hippies y underground en España (1965 - 1980)*
Pese a estar centrado en el contexto español, García Lloret aporta un buen número de datos sobre el arte psicodélico y sus autores, así como de la Psicodelia en general
- Gillet, Charlie - *Historia del Rock - El sonido de la ciudad (Volúmenes 1 & 2)*
Gillet traza una historia completa del rock en sus primeros veinte años de existencia, analizando sus sucesivas etapas en relación al contexto de la época
- Gonzalo, Jaime - *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*
Analiza la Contracultura y su fenomenología, aportando datos sobre cómo ésta es empleada por la oficialidad a favor de la generación de beneficio económico, provocando la integración de presupuestos contraculturales en el sistema
- Guillén, Sergio / Puente, Andrés - *Glam rock: Sexo, purpurina y lápiz de labios*
Análisis del fenómeno Glam rock

- Hughes, Robert - *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*
Analiza resumidamente la evolución del arte del siglo XX
- Johnson, Ken - *Are you experienced? - How psychedelic consciousness transformed Modern Art*
Johnson reivindica la valía del arte psicodélico y su influencia sobre la contemporaneidad artística
- Marcus, Greil - *Rastros de carmín - Una historia secreta del siglo XX*
En el que Marcus analiza el fenómeno Punk a fondo y se detiene en su carácter cultural y estético, así como en su origen múltiple
- Osterwold, Tilman - *Pop Art*
Detallado examen del fenómeno arte pop
- Reynolds, Simon - *Retromanía: La adicción del pop a su propio pasado*
Indagación sobre los fenómenos de repetición que se dan en la cultura popular.
- Savage, Jon - *England's Dreaming - Los Sex Pistols y el Punk Rock*
Vasto estudio sobre la historia del Punk y de los Sex Pistols en particular
- Sierra i Fabra, Jordi - *La Era Rock (1953 - 2003)*
Resumen detallado de la historia del rock durante el periodo señalado
- Thomas, Frank - *La Conquista de lo cool - El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno*
Al igual que Gonzalo, Thomas analiza la fenomenología contracultural y la absorción de sus preceptos por el sistema capitalista
- Thorgerson, Storm / Powell, Aubrey - *100 Best Album Covers*
Los diseñadores de Hipgnosis realizan una selección de las, bajo su prisma, mejores portadas discográficas
- Warhol, Andy / Hackett, Pat - *Popism - The Warhol '60s*
Recordatorio de lo vivido en los años 60 por el propio Andy Warhol
- VVAA - *Sympathy for the devil - Art and Rock and Roll since 1967*
Catálogo de exposición sobre las relaciones entre arte y rock desde la Psicodelia.
- VVAA - *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era*
Catálogo de exposición centrada en la Psicodelia
- VVAA - *Punk: No one is innocent: Art - Style - Revolt*
Catálogo de exposición centrada en el Punk

- El análisis del corpus iconográfico - artístico, así como de las actitudes artísticas empleadas por el rock en su desarrollo durante el periodo estudiado, nos ha permitido comprobar las variaciones experimentadas a todos los niveles no sólo visual, también contextual y social, de un movimiento cultural que se ofrece como testigo de primer orden de una época (los años sesenta y setenta del siglo XX) de los que aún somos herederos directos en pleno siglo XXI.

- Rock y Arte Pop se asientan y configuran como manifestaciones culturales en un periodo similar, mediados de los años cincuenta del siglo XX. Durante esta época, el florecimiento económico que experimentó Estados Unidos tras su victoria en la II Guerra Mundial produjo varios fenómenos culturales que ayudaron a expandir el modo de vida americano basado en el consumo. Artes plásticas, música, publicidad y moda se unen en un *proyecto pop* en el que rock y arte pop se convierten en *transmisores* de los valores del modo de vida anglosajón (particularmente del estadounidense). Ambos se convierten en cauces expresivos de primer orden, dentro de un contexto donde la imagen y la publicidad se vuelven objetos centrales de la sociedad de consumo.

A rock y pop les une su afinidad para con lo cotidiano y producido en masa, y especialmente con lo juvenil y urbano (si bien, convendrá señalar que el rock, se desvincula de ello por momentos, acudiendo a terrenos más primitivos como en la Psicodelia o la música de la escena de Canterbury británica).

Pertenecen a un contexto en el que la publicidad visual se expande espectacularmente, acorde a una sociedad basada en el consumo. Los mecanismos de promoción basados en valores visuales son insuflados al rock desde su establecimiento.

- Según transcurrió su avance, el rock fue tomando plena consciencia de sus posibilidades creativas, lo cual afectó a su caudal visual: Portadas de discos, pósters que anunciaban conciertos, e incluso puestas en escena, fueron objeto de elaborados desarrollos.

Artistas como Andy Warhol (a la postre el más importante nexo de unión entre rock y arte pop, gracias a su mecenazgo de la Velvet Underground y su carrera como diseñador de portadas discográficas), supieron ver en el rock una posibilidad para experimentar. Especialmente en el campo de las portadas de álbumes e imágenes análogas como pósters.

Rock y arte pop, de manera independiente y/o entrelazándose, atestiguaron y configuraron formalmente una época acelerada en la que se asienta nuestra contemporaneidad.

- En torno a la relación entre rock y arte pop, atestiguamos ésta en sub-géneros rock como el movimiento *Mod* británico de la primera mitad de los años sesenta, que celebró sin ambages el consumismo acelerado. La Psicodelia, al hilo de lo que Pop Art y Op Art en la misma época, enfatizó el colorismo en las imágenes y su reproducción y difusión masiva (al punto de ser encuadrada como un “tipo” de arte pop propio de la costa oeste estadounidense). El Glam rock hunde una de sus raíces en el hedonismo existente en la *Factory* de Andy Warhol, al tiempo que emplea unas señas de identidad visual marcadas por lo provocativo, persiguiendo una mayor transmisión y promoción. El Punk se formó alrededor de la bohemia artística neoyorquina, y desarrolló unas trazas visuales marcadas por estéticas feístas.

- Las señas de identidad visual del rock son definidas por un eclecticismo y multiplicidad formal análogos a los cambios producidos en los sucesivos estadios y momentos estudiados:

La Psicodelia, su colorismo, abigarramiento y apropiación de elementos procedentes de muy diversa índole. El Glam y su hedonismo, androginia y carácter excesivo. El progresivo-sinfónico y lo onírico y/o ensoñado. El Punk y sus códigos visuales heredados del dadaísmo y el situacionismo.

Siendo todo un crisol ecléctico, la imaginaria visual del rock toma elementos de movimientos artísticos como el arte óptico, el arte pop, y las vanguardias artísticas de principios del siglo XX, especialmente Art Nouveau (muy influyente en el cartelismo psicodélico) Dadaísmo (que nutre a algunos artistas punk como Jamie Reid) y Surrealismo (los citados Hipgnosis o el músico Alice Cooper, que llegó a colaborar con Salvador Dalí en una performance)

- La formación artística de muchos músicos provocó la adopción de una actitud derivada de ésta, y el uso del rock como materia prima con la que experimentar.

La llegada masiva de estudiantes a las facultades de bellas artes a mediados de los años sesenta se debió a diferentes factores que hacían recalar en éstas a aquellos que albergaban dudas de hacia donde orientar su formación profesional.

La reforma educativa británica dada entre finales de los años 50 y comienzos de los 60, provocó una apertura de los centros artísticos hacia un alumnado ávido de experiencia pero indeciso en sus objetivos en torno a su futuro profesional.

En Estados Unidos, grandes ciudades como Nueva York (cuna de la bohemia en torno a Greenwich Village, o sede de la *Factory* de Andy Warhol), o San Francisco (con su pasado *beat* en los 50), eran reclamo para jóvenes ávidos de experimentación y apertura.

Las escuelas de arte crearon un poso de extravagancia, inquietud creativa y ansia experimental que se asienta en el rock por medio de varias generaciones de músicos-estudiantes de arte. Estas tenían, al mismo tiempo, respeto por la tradición artística y apertura vanguardista, y se asentaban en una *tradición romántica*. Factores clave para entender el poso de inquietud que insuflaron al rock.

- Este enfoque también permitió abarcar la creación musical mediante procesos creativos heredados de la formación artística recibida.

Destacamos la aplicación de valores conceptuales al objeto disco y su evolución al formato ópera-rock y estilos sinfónicos-progresivos; así como la asimilación de múltiples fuentes y recursos no presupuestos al rock originalmente: literatura, arte dramático y teoría política (sirvan como ejemplos la adopción de recursos del teatro *Kabuki* japonés por parte de David Bowie, o de teorías situacionistas por parte de Malcolm McLaren, manager de los Sex Pistols, reduciéndolos a mero marketing y merchandising).

La producción visual se vio afectada por ello, cobrando una mayor importancia. El *cover art* o portada discográfica y el póster, se convirtieron en mucho más que objetos difusores de música o meros anuncios. Objetos con plena vigencia artística, con unas señas de identidad bien definidas.

- Transcurridos diez años desde su nacimiento, el rock tomó consciencia de sus posibilidades artísticas, basadas en una progresiva añadidura de complejidad formal y la inclusión de nuevas características heredadas de diversas fuentes. La puesta en largo de unas creaciones visuales cada vez más elaboradas afectó a portadas discográficas, carteles y puestas en escena.

La recurrencia de unas marcas visuales propias del arte pop fueron mecanismos de expresión comercial, que se tradujeron en imagerías concretas conectadas a los grupos que evolucionaban al mismo tiempo según discurría la carrera de éstos.

- Hemos constatado dos actitudes fundamentales dentro de una *gran tradición underground*, (que vendría a agrupar diferentes corrientes en la periferia del arte, y a la que apuntamos como futuro objeto de nuestro estudio, para enlazarla o incluso igualarla a la *Tradición Romántica* citada). Esta doble vía es una constante que ya observamos en la *Generación Beat*, precedente de los hippies, que se desligó en dos ramas: una a favor de la evasión fantástica y otra afín a dinámicas más pro-revolución. Por lo tanto, cotejamos la existencia de:

1- Una vía onírica-escapista, en consonancia con lo que denominamos *Tradición Visionaria* (en la que englobamos Simbolismos, Surrealismos, Psicodelia, etc.)

que recupera para sí elementos de la historia del arte en pos de amplificar y enriquecer su efluvio fantástico.

La *recuperación de la utopía* (según Thomas Albright) alcanzada en los años sesenta, con una juventud afín a unos valores idealistas, produjo una decantación a favor de estéticas coloristas, abigarradas y sinuosas. Albright resume éstas con el término *informe*.

El extendido consumo de LSD en la época, ayudó a crear una imaginería análoga a las visiones producidas por este consumo. Pósters, portadas de discos y *Light shows*, responden a esta premisa.

Un contexto en el que arte óptico, arte cinético, y por supuesto, arte pop, amen de un ambiente general propicio (momento álgido en la carrera espacial, aparición de la televisión en color y desarrollos tecnológicos que afectaron a la vida cotidiana) se postularon a favor de unos usos cromáticos saturados y brillantes, ayudó a afianzar estas estéticas.

A autores como Roger Dean (ilustrador de portadas de discos de rock sinfónico), Hipgnosis (diseñadores y fotógrafos que trabajaron para diferentes géneros), o Rick Griffin (ilustrador psicodélico) les une un *perfume onírico* común pese a sus diferentes estilos y técnicas.

2- Otra vía combativa derivada de Dadá y de otros movimientos afines, que se posiciona en torno a estéticas más próximas a lo grotesco o incluso políticamente incorrecto (como fue la recuperación de simbología nazi en los atuendos, en especial durante el periodo Punk). Aquí comprobamos una reiteración formal en torno a lo cortante, plano, lineal e incluso feísta.

El punk mostró una herencia de la imaginería situacionista (propia de panfletos y manifiestos) que se muestra en unos usos cromáticos fluorescentes, de colores brillantes y formas rotundas.

Arturo Vega (creativo visual de los Ramones), o Jamie Reid (encargado de desarrollar la imaginería de los Sex Pistols) serían dos ejemplos paradigmáticos de esta línea.

Estas dos actitudes son producidas en consonancia a momentos históricos diferenciados:

Positivos a nivel económico o en relación a la gestación de nuevas utopías, cómo la Psicodelia y el Hippiismo, que alcanzó el cenit de su popularidad en 1967, o la ensoñación onírica del rock sinfónico a comienzos de los setenta (carácter visionario); o por el contrario, críticos, cómo el Punk, que en su vertiente inglesa nació de las ascuas de la crisis económica de 1973, explotando en 1977.

- El rock ha generado todo un cuerpo iconográfico de símbolos, logotipos, emblemas, frases, poses e imágenes basado en valores de provocación, escapismo o negación; en función de la *Tradicición* a la que se vincule.

En el caso de la *Tradicición Visionaria* (herederas de surrealismos y simbolismos) las imaginerías se vertebran en un carácter eminentemente alucinado. En el de la *Tradicición Ilegítima*, (vinculada a Dadaísmo y herederos del mismo) se vinculan a la provocación y la denuncia política. No obstante, observamos un entremezclado de estas dos en algunos momentos como *The Wall* (Pink Floyd, 1979) en el que las grotescas, deformadas y oníricas ilustraciones de Gerald Scarfe abrazan por igual fantasía y crítica social.

La búsqueda de unas señas de identidad visuales personales obedecen a un dictamen comercial en pos del éxito así cómo a unas intencionalidades artísticas

(no únicamente visuales, sino extensibles a cualquier parámetro creativo). La constante disyuntiva entre éstas generó la denominada *contradicción creativa*, que vendría a ser el encuentro contradictorio entre la necesidad de experimentación y el ansia de éxito masivo.

- El rock alcanzó un carácter *autorreflexivo* (había transcurrido el tiempo suficiente como para que fuera consciente de su propio recorrido, etapas e historia) a finales de los años 60. Ideas que venían desarrollándose desde la fijación por el blues por parte de muchos músicos británicos en los años sesenta. El blues se vinculaba con la idea de autenticidad y además era un estilo muy en boga en las escuelas de bellas artes.

En los años sesenta observamos una valoración superlativa de la aceleración y de las dinámicas de cambio, en términos creativos, productivos y consumistas. Esto generó la rapidísima evolución que el rock experimentó, muy especialmente en aspectos visuales; provocando también un revisionismo de lo acontecido a priori.

El desarrollo de las ambiciones creativas de los protagonistas rock provocó los efectos citados anteriormente, al tiempo que causó un rechazo por parte de quienes vieron que el rock se alejaba de su espíritu primitivo. La adopción de esta actitud revisionista gestó una *mitología rock* que se tradujo en creaciones análogas. Encontramos ejemplos paradigmáticos en la serie pictórica *Rock Dreams* de Guy Peellaert, la película *American Graffiti* de George Lucas o el disco *Rock and Roll* de John Lennon.

- El rock se presenta cómo un movimiento cultural a caballo entre el arrebatado rebelde juvenil y/o contracultural/opuesto al sistema, y la utilización de ello cómo reclamo comercial. Encuentra en la provocación un objetivo prioritario y un arma difusora. Las ansias de liberación sexual de la juventud de los años 50 y 60, que progresivamente fueron avanzando hasta la llegada de los años 70 amplificaron la ya de por sí *exaltación erótica* del rock.

Al hilo de esta meta, el rock ha encontrado en la ambigüedad sexual (ligada a lo adolescente inherente al rock) un rico caldo de cultivo visual que alcanzó su mayor impulso durante el periodo Glam a comienzos de los años setenta.

- Asimismo constatamos un efecto cíclico que entre otras consecuencias impulsa el desarrollo de unas creaciones visuales marcadas por fenómenos de descontextualización: Estas creaciones se desmarcan de sus antecedentes mediante lo que hemos denominado *sustituciones de valores*, apostando por una inversión de aquellos establecidos o exagerándolos de modo hiperbólico. Observamos este fenómeno cíclico en el recorrido formado por el choque entre *Mods* y *Rockers*, la Psicodelia y su eco colorista en el Glam, y el decadentismo de éste vertido en el Punk.

Algunos artistas (Beatles, The Who, David Bowie), supieron reinventar sus carreras basándose en estas descontextualizaciones, o bien, en la aplicación de determinadas señas de identidad contrapuestas en su propio seno (Lennon vs McCartney) o contra otro grupo de reconocimiento equivalente (Beatles vs Rolling Stones).

Estas dinámicas de descontextualización y renovación cultural configuran el estado de *no-historia* (término acuñado por Kim Gordon, artista, escritora y miembro de la banda Sonic Youth), en el que una aparente y permanente reinención de lo establecido se ve acompañada de un carácter reaccionario. Aspecto que coincide con las *fluctuaciones de intensidad* por las que, de acuerdo a

Robert Hughes, en el arte no se da siempre un auténtico progreso en el estricto sentido del término.

- Constatamos una reiteración igualmente cíclica en un fenómeno de asimilación sistémica de los parámetros descontextualizadores, que desembocan en una estabilización igualmente sistémica.

El rock vendría, a su modo, a servir de paralelo a unas dinámicas existentes en la historia del arte y de la cultura en general, demostrando que no permanece ajeno ni a éstas ni a los devaneos de la sociedad capitalista en la que la obsolescencia incorporada es moneda común de cualquier producto, sea artístico o no.

El rock hace uso de un *sentido de la diferencia*, adoptando unas dinámicas de *comercio como arte*, al igual que el arte pop.

- El *cover art* se presenta cómo un objeto con plena relevancia para la difusión, no ya sólo de la música que ilustra, sino del nombre de aquellos artistas que lo emplean como soporte. Su formato (cuadrado, de 30 x 30 centímetros) y amplia expansión lo hacían la materia prima idónea para que artistas pop se sintieran atraídos hacia él.

El enorme conjunto de imágenes generado en materia *cover art*, merece ser tenido en cuenta como uno de los epítomes de la creación arte pop.

Durante los años sesenta lo visual alcanzó una importancia suma causando que la portada discográfica se viera envuelta en un torbellino iconográfico acorde a la época. En los setenta, los procesos de embalaje y distribución ganaron protagonismo en la industria discográfica, hecho que se correspondió con unas ambiciones creativas aplicadas al desarrollo de un *cover art* que reflejara el estatus y/o calado artístico de las bandas.

La difusión masiva de discos (y por ende del *cover art*), gracias al éxito de la industria discográfica (aupada por la propagación y aceptación masivas del rock) a finales de los años sesenta y principios de los años setenta, convirtió a las portadas discográficas en la encarnación más fecunda del proyecto pop por su validez artística, su desarrollo y multiplicidad formal, y su alcance. Mucho mayor que el arte oficial de galerías y museos.

Las portadas de los discos se presentan como objetos artísticos que nos permiten estudiar la evolución sufrida en materia artística (y por ende cultural y social) en el periodo acotado. Un *barómetro de los tiempos*, como acertadamente definieron los miembros de la agencia Hipgnosis y que se enlaza directamente con el papel de *sismógrafo de la época* otorgado al arte pop.

- Al igual que las portadas discográficas, otras creaciones visuales rock como fueron pósters o espectáculos de luces (*light-shows*), formaron una imaginería rica y fértil. En el caso de los primeros, hemos hallado la existencia de una escena con autores focalizando su carrera en dicha creación. Los pósters son los transmisores culturales de diferentes espíritus artísticos, como prueba su diversidad. Las diferentes estéticas y maneras creativas adoptadas nos hablan de un producto de primer orden dentro de las artes plásticas.

En el caso de los segundos, corroboramos la existencia de una tradición de *Light-shows* previa a su uso en el mundo rock. No obstante, remarcamos la reutilización de éstos en dicho contexto y el desarrollo impulsado por ello. Los espectáculos de luces de los años sesenta marcan la pauta y el comienzo del concierto y puesta en escena visual de las bandas actuales.

Nuevas materias de estudio:

Consideramos las relaciones entre artes visuales y músicas un objeto de estudio con una gran valía y posibilidades de profundización. Diferentes géneros como jazz, blues, electrónica, etc, detentan unas imaginerías concretas que desde la investigación artística deberían ser tenidas en cuenta.

De cara a próximas investigaciones, consideramos el estudio de la *Tradición Underground* (con sus dos ramificaciones principales, *Visionaria* e *Ilegítima*) como un campo del que poder continuar extrayendo información, al tiempo que reivindicar el valor artístico de unas creaciones a menudo olvidadas.

Asimismo, y continuando dentro de la imaginería visual del rock, los años ochenta y noventa del siglo XX son herederos directos de la fenomenología aquí estudiada por lo que se presentan como un objeto de estudio obvio al que aplicar las dinámicas investigadoras empleadas aquí.

Hemos constatado la presencia de un número ingente de bibliografía dedicada al *cover-art* discográfico. No así a pósters y *Light-shows*, que, pese a no contar con la difusión y popularidad de la portada discográfica, presentan unas cualidades artísticas de enorme valía y a los que merecería la pena tener en consideración.

Asimismo, creemos que una mayor concreción en cada una de las etapas abarcadas en esta tesis permitiría ahondar en los aspectos estudiados. Psicodelia y Punk, han sido objeto de exposiciones en centros artísticos de suma importancia como el MOMA de Nueva York, el MACBA de Barcelona, o el Museo Artium de Vitoria. La raigambre artística de sus propuestas y su producción visual los hace susceptibles de ser objetos de estudio plenos, así como valedores de situarse entre las manifestaciones artísticas más notables del siglo XX.

7- BIBLIOGRAFÍA

- Albright, Thomas - *Art in the San Francisco Bay Area: 1945 - 1980*
Ed. University of California Press, Londres, 1985
- Arnaiz, Jorge / Mendoza, José Luis - *The Velvet Underground*
Ed. Cátedra, S.A, 1995
- Assante, Ernesto - *Leyendas del rock*
Ed. Art Blume, Barcelona, 2008
- Benjamin, Walter - *La obra de Arte en la época de su reproductibilidad técnica*
Ed. Itaca, Mexico D.F, 2003
- Bergamini, Andrea - *El rock y su historia*
Ed. Malsinet, Barcelona, 2006
- Biancotto, Jordi - *La revolución sexual del rock*
Ed. La Máscara, Valencia, 2000
- Biancotto, Jordi - *Guía Universal del Rock de 1970 a 1990 - Tendencias, iconos y artistas que dejaron huella*
Ed. Robinbook, Barcelona, 2009
- Bockris, Victor - *Las transformaciones de Lou Reed*
Ed. Celeste, Madrid, 1997
- Cavanagh, John - *The Piper at the Gates of Dawn*
Ed. Libros Crudos, Madrid, 2013
- Chapman - *Syd Barrett: El brillo de la ausencia*
Ed. Global Rythm Press, Barcelona, 2010
- Christie, Ian - *El sonido de la bestia: La historia del heavy metal*
Ed. Robinbook, Barcelona, 2005
- Davis, Stephen - *Led Zeppelin: El martillo de los dioses*
Ed. Robinbook, Barcelona, 2008
- De la Iglesia, Ángel - *I've got my mojo working: Londres 1960 - 66, Los Mods, Los Clubs, Los Grupos, La Herencia*
Ed. Armas Tomar S.L, Madrid, 2005
- De Micheli, Mario - *Las vanguardias artísticas del siglo XX*
Ed. Alianza editorial, Madrid, 1999
- Dean, Roger y Howells, David - *The ultimate album cover album*
Ed. Prentice Hall, Londres, 1987

- Debord, Guy - *La sociedad del espectáculo*
Ed. Naufragio, Santiago de Chile, 1995
- Diederichsen, Diederich - *Psicodelia y ready-made*
Ed. Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires, 2010
- Domínguez, Salvador - *Los hijos del rock*
Ed. SGAE, Madrid, 2004
- Drate, Spencer / Dean, Roger - *Art Rock: CDs, Albums & Posters*
Ed. PBC International, Nueva York, 1993
- Ducros, Dominique - *Historia del rock*
Ed. Courlay Fuzeau, París, 2006
- Fernández, Lluís - *Guateques, Tocatas y Discos: La historia de la música pop de 1954 a 1970*
Santillana Ediciones Generales S.L, Madrid, 2004
- Frith, Simon / Horne, Howard - *Art into Pop*
Ed. Methuen & Co. Nueva York, 1987
- García de Carpi, Lucía - *Las Claves del Arte Surrealista*
Ed. Planeta, Madrid, 1990
- García Lloret, Pepe - *Psicodelia, hippies y underground en España (1965 - 1980)*
Ed. Libros Zona de Obras / SGAE, Madrid, 2006
- Garner, Philippe - *Sixties Design*
Ed. Taschen, Colonia, 2001
- Gastaut, Amélie / Criqui, Jean - Pierre - *Off the Wall: Psychedelic Rock Posters from San Francisco*
Ed. Thames & Hudson, Londres, 2005
- Gillet, Charlie - *Historia del Rock - El sonido de la ciudad (Vol. 1 Desde sus orígenes hasta el soul)*
Ed. Ediciones Robinbook, Barcelona, 2003
- Gillet, Charlie - *Historia del Rock - El sonido de la ciudad (Vol. 2 - Desde los Beatles hasta los años 70)*
Ed. Ediciones Robinbook, Barcelona, 2003
- Goldmann, Frank / Hiltcher, Klaus - *The Gimmix Book of Records*
Ed. Virgin Books, Londres, 1981
- Gompertz, Will - *¿Qué estás mirando? - 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*
Ed. Santillana Ediciones Generales, Madrid, 2012

- Gonzalo, Jaime - *Poder Freak: Una crónica de la contracultura. Volumen 2*
Ed. Libros Crudos, 2011
- Guillen Barrantes, Sergio / Gómez Puente, Andrés - *Radiografía del rock experimental: De la psicodelia a la actualidad del rock progresivo*
Ed. Castellarte S.L, Castellar de la frontera, 2006
- Guillen Barrantes, Sergio / Gómez Puente, Andrés - *Radiografía del rock experimental II: Del underground artístico al progresivo inonovador*
Ed. Castellarte S.L, Castellar de la frontera, 2008
- Guillén, Sergio / Puente, Andrés - *Glam rock: Sexo, purpurina y lápiz de labios*
Ed. Milenio, Lleida, 2010
- Hernández, Julián - *Hay vida inteligente en el rock and roll*
Ed. Ediciones Temas de Hoy S.A, Madrid, 1999
- Hertsgaard, Mark - *Los Beatles: Un día en la vida*
Ed. Grijalbo Mondadori, Barcelona, 1995
- Hofmann, Werner - *Los fundamentos del arte moderno - Una introducción a sus formas simbólicas*
Ed. Ediciones 62, S.A, Barcelona, 1995
- Hughes, Robert - *El impacto de lo nuevo - El arte en el siglo XX*
Ed. Galaxia Gutenberg, S.A / Círculo de lectores, S.A, Barcelona, 2000
- Ishihara, Yoshihisha - *Poster exhibition of ten world artists*
Ed. Seibundo Shinkosha, Tokio, 1982
- Johnson, Ken - *Are you experienced? - How psychedelic consciousness transformed Modern Art*
Ed. Prestel Verlag, Munich / Londres / Nueva York, 2011
- Le Coultre, Martin F. - *A Century of Posters*
Ed. Land Humphries, Londrés, 2002
- Livingstone, Marco - *Peter Blake - One man Show*
Ed. Lund Humphries, Surreay, 2009
- Mann, Thomas - *Schopenhauer, Nietzsche, Freud*
Ed. Alianza Editorial, Madrid, 2000
- Marcus, Greil - *Rastros de carmín - Una historia secreta del siglo XX*
Ed. Anagrama, Barcelona, 1993
- Marcus, Greil - *Escuchando a The Doors*
Ed. Contraediciones S.L, Barcelona, 2012

- Marcus, Greil - *Mystery Train - Imágenes de América en la música rock & roll*
Ed. Contraediciones S.L, Barcelona, 2013
- Marmonnier, Christian - *Vínilos Cómic: 50 años de complicidad entre el cómic y la música*
Ed. Somos libros, Barcelona, 2009
- Martos, Sergio - *Alice Cooper: Por un billón de dólares*
Ed. 66rpm Edicions, Barcelona, 2013
- McNeil, Legs / McCain, Gillian - *Por favor, Mátame: La historia oral del Punk*
Ed. Celeste Ediciones, Madrid, 1999
- Méndez, Sabino - *Limusinas y Estrellas: Medio Siglo de Rock 1954 - 2004*
Ed. Espasa Calpe S.A, Madrid 2004
- Menn, Donn - *Secretos de los grandes - Maestros de la guitarra*
Ed. Celeste Ediciones, Madrid, 1998
- Meuris, Jacques - *Renné Magritte, 1898 - 1967*
Ed. Taschen, Colonia, 1997
- Miles, Barry - *Hippie*
Ed. Global Rythm Press S.L, Barcelona, 2006
- Moreno, Xabier - *The Grateful Dead - Pioneros de la Psicodelia*
Ed. Celeste Ediciones S.A, Madrid, 2001
- Muniesa, Mariano - *The Who*
Ed. Cátedra, Madrid, 2001
- Muniesa, Mariano - *Led Zeppelin: El poder de la pasión y la magia*
Ed. Quarentena ediciones, Madrid, 2008
- Ochs, Michael - *1000 Record Covers*
Ed. Taschen, Colonia, 1996
- Osterwold, Tilman - *Pop Art*
Ed. Benedikt Taschen Verlag GmbH, Colonia, 1992
- Passeron, Rene - *Enciclopedia del Surrealismo*
Ed. Polígrafa, Barcelona, 1982
- Pesch, Martin - *Techno Style: The album cover art*
Ed. Collins & Brown, Londrés, 1996
- Povey, Glenn - *Los Tesoros de Pink Floyd*
Ed. Seyla Editores S.A, Madrid, 2012

Poynor, Rick - *Communicate: Independent British Graphic Designs since the Sixties*
Ed. Laurence King Publishing Ltd, Londres, 2004

Reynolds, Simon - *Retromanía: La adicción del pop a su propio pasado*
Caja Negra Editorial, Buenos Aires, 2012

Rubío, Oliva María - *La mirada interior: El surrealismo y la pintura*
Ed. Tecnos, Madrid, 1994

S. Rubin, David / Morgan, Robert / Pinchbeck, David - *Psychedelic: Optic and Visionary Art since the 1960s* (Catálogo de exposición)
Ed. San Antonio Museum of Art, asociado con The Mit Press, Londres, 2010

Savage, Jon - *England's Dreaming - Los Sex Pistols y el Punk Rock*
Ed. Random House Mondadori S.A, Barcelona, 2009

Shapiro, Harry - *Historia del rock y las drogas: La influencia de las drogas en la música popular, desde el jazz hasta el hip - hop*
Ed. Robinbook, Barcelona, 2006

Shaugnessy, Adrian - *Radical album cover art: Samplers*
Ed. Laurence King, Londres, 2003

Shutcliff, Phil - *Queen: La historia ilustrada de los reyes del rock*
Ed. Random House Mondadori S.A, Barcelona, 2009

Sierra i Fabra, Jordi - *La Era Rock (1953 - 2003)*
Ed. Espasa Calpe, Madrid, 2003

Silver, Linda - *Prints, best posters & billboards*
Ed. RC, Nueva York, 1995

Sinclair, John - *Guitar Army: Rock y Revolución con los MC5 y "The White Panther Party"*
Ed. Munster / Distrolux S.L, Madrid, 2012

Sladen, Mark / Yedgar, Ariella - *Panic Attack! Art in the punk years*
Ed. Merrell Publishers Limited, Londres, 2007

Smith, Patti - *Eramos unos niños*
Ed. Random House Mondadori S.A, Barcelona, 2010

Spencer, Drate - *Rock art: CDs, Albums and Posters*
Ed. PBC International, Nueva York, 1993

Stangos, Nikos - *Conceptos de arte moderno*
Ed. Alianza editorial, Madrid, 1996

Tambini, Michael - *El diseño del siglo XX*

Ediciones B / Grupo Z, Barcelona, 1997

Thomas, Frank - *La Conquista de lo cool - El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno*
Ed. Alpha Decay S.A, Barcelona, 2011

Thomazeau, François - *Vinilos rock: Breve historia del rock a través de 50 años de vinilos*
Ed. Olsina, Barcelona, 2009

Thorgerson, Storm / Powell, Aubrey - *100 Best Album Covers*
Ed. Dorling Kindersley Limited, Londres, 1999

Thorgerson, Storm / Christopherson, Peter / Powell, Aubrey - *The PhotoDesigns of Hipgnosis - The Goodbye Look*
Ed. Hutchinson Publishing Group, Londres, 1982

Thorgerson, Storm / Powell, Aubrey - *For the Love of Vinyl: The Album Art of Hipgnosis*
Ed. Picturebox, Nueva York, 2008

Usó, Juan Carlos - *La aventura psiquedélica en España*
Ed. La liebre de Marzo, Barcelona, 2001

Valiño, Xavier - *El gran circo del Rock: Anécdotas, curiosidades y falsos mitos*
Ed. T&B Editores, Madrid, 2005

Vega, Inés - *Jim Morrison y The Doors - Colección Rock & Pop*
Ed. Cátedra, Madrid, 1999

Warhol, Andy / Hackett, Pat - *Popism - The Warhol '60s*
Ed. Harper & Row Publishers, Nueva York, 1980

Watson, Steven - *Factory Made - Warhol and the sixties*
Ed. Pantheon Books, Nueva York, 2003

VVAA - *Album Cover Album - The book of Record Jackets edited by Hipgnosis & Roger Dean*
Ed. Dragon's World Ltd, Surrey, 1981

VVAA - *Alphonse Mucha 1860 - 1939: Seducción, Modernidad, Utopía* (Catálogo de exposición)
Ed. Fundación La Caixa, Barcelona, 2008

VVAA - *Andy Warhol - The Record Covers 1949 - 1987, Catalogue Raisonné* (Catálogo de exposición)
The Montreal Museum of Fine Arts, Ed. Prestel Publishing Ltd, Montreal, 2008

VVAA - *Andy Warhol - A factory* (Catálogo de exposición)

Museo Guggenheim Bilbao, Área de Publicaciones, Bilbao, 1999

VVAA - *El Surrealismo*
Ed. Cátedra, Madrid, 1983

VVAA / García Lupiola, Asier (director) - *Economía y Rock - La influencia de las relaciones internacionales y la economía mundial en el rock*
Ed. Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 2007

VVAA - *Goodbye to London: Radical Art & Politics in the 70's* (Catálogo de exposición)

Ed. Hatje Cantz Verlag, Ostfildern, 2010

VVAA - *Gothic - Transmutations of Horror in Late Twentieth Century Art*
Ed. The Institute of Contemporary Art, Boston, 1997

VVAA - *La otra historia del rock: Aspectos claves del desarrollo de la música popular. Desde las nuevas tecnologías hasta la política y la globalización*
Ed. Robin Book, Barcelona, 2006

VVAA - *Los discos del cambio: Los álbumes que marcaron la historia del pop - rock*
Ed. Robinbook, Barcelona, 2009

VVAA - *Magritte and Contemporary Art: The Treachery of Images* (Catálogo de exposición)

Ed. Los Angeles Country Museum of Art, D.A.P. Distributed Art Publishers, Nueva York, 2006

VVAA - *Peter Blake - Retrospectiva* (Catálogo de exposición)
Museo de Bellas Artes de Bilbao, Bilbao, 2008
Ed. Tate Publishing, Londres, 2007

VVAA - *Posters: The 20th Century Posters. Design of the Avant-garde*
Ed. Abbeville Press. Inc, Nueva York, 1984

VVAA - *Punk: No one is innocent: Art - Style - Revolt* (Catálogo de exposición)
Ed. Kunsthalle Wien, Viena, 2008

VVAA- *Revista: Descubrir el Arte – Nº 178: Los artistas que revolucionaron la pintura: Andy Warhol*
Grupo Unidad Editorial Revistas S.L.U, Madrid, 2013

VVAA- *Rockdelux, nº323 – Especial sobre Lou Reed*
Ed. RDL/Rockdelux S.L, Barcelona, 2013

VVAA - *Sound & Vision*
Ed. Damiani Editore, Bolonia, 2007

VVAA - *Summer of Love: Art of the Psychedelic Era* (Catálogo de exposición)
Ed. Tate Publishing, Londres, 2005

VVAA - *Surreal versus Surrealismo en el Arte Contemporáneo* (Catálogo de exposición)
Ed. Institut Valencià d'art modern, Valencia, 2011

VVAA - *Surrealismo*
Ed. Taschen, Colonia, 2009

VVAA - *Surrealismo*
Ed. Polígrafa, Madrid, 2003

VVAA - *Sympathy for the devil - Art and Rock and Roll since 1967* (Catálogo de exposición)
Ed. Museum of Contemporary Art, Chicago, 2007

VVAA - *Vinilos Eros: La historia del erotismo a través de 60 años de vinilos*
Ed. Somoslibros, Barcelona, 2009

VVAA - *Warhol Live - Music and dance in Andy Warhol's Work* (Catálogo de exposición)
The Montreal Museum of Fine Arts, Montreal; The Andy Warhol Museum, Pittsburgh, 2008

Internet

<http://www.superseventies.com/greatestalbumcovers.html>

<http://www.johncoulthart.com>

<http://archive.classicrockmagazine.com/view/january-2009/18/do-album-sleeves-still-matter-in-the-download-age>

<http://www.efeeme.com/la-cara-oculta-del-rock-los-beatles-fumando-en-secreto-ante-su-majestad/>

<http://st33.wordpress.com/vinyl-art-book-reviews/covered>

<http://www.guardian.co.uk/music/musicblog/2010/jan/13/can-punk-love-pink-floyd>
<http://www.thewhitealbumproject.com>

<http://ashleighberryman.wordpress.com/2010/11/04/punk-is-dadaism/> -

<http://laescuelamoderna.blogspot.com/2008/07/dada-y-punk-anti-arte-contra-no-arte.html>

<http://the-talks.com/interviews/johnny-rotten/>

<http://magicbussf.com/>

<http://www.concertpostergallery.com/>

http://www.youtube.com/watch?v=_GqQwGRme3o

<http://www.collectorsweekly.com/>

<http://www.mortaljourney.com/2011/03/1960-trends/hippie-counter-culture-movement>

<http://www.hardformat.org/>

<http://www.classicposters.com>

<http://trps.org/>

<http://concertposterstore.com/home>

<http://freakfilmsinc.blogspot.de/>

<http://www.stevencerio.com/>

<http://michaelerlewine.com/viewforum.php?f=225&sid=bc34385afa360c3ee98b0a87f09d22c0>

<http://www.birkajazz.com/archive/columbia.htm>

<http://www.efeeme.com/revista/las-mejores-portadas-del-rock/>

<http://www.johncoulthart.com/feuilleton/the-album-covers-archive/>

<http://www.strawberrywalrus.com/applestore.html>

<http://www.nevermindthebuspass.com/classic-album-covers/>

<http://zonicweb.net/badalbmcvrs/index.htm>

<http://ultimateclassicrock.com>

<http://desingartepunk.blogspot.de>

<http://albumcoverhalloffame.wordpress.com>

<http://www.coverarts.com/music-design/grammy-awards-for-best-recording-package-1970-1979/>

<http://lacaraocultadelrock.wordpress.com>

<http://the-talks.com/interviews/>

<https://mrmusichead.com/>

<http://albumcoverart.wordpress.com/>

<http://sleevage.com/>

<http://artistsbooksandmultiples.blogspot.com.es/>

<http://www.plasticosydecibelios.com/>

<https://www.morrisonhotelgallery.com/new.aspx>

Documentales

Amazing Journey: The Story of The Who
Universal Pictures, Londres, 2007

Classic albums: Lou Reed - Transformer
Eagle Rock Vision, Londres, 2001

Classic albums: Pink Floyd - The Dark side of the Moon
Eagle Rock Vision, Londres, 2003

Classic albums: The Doors - The Doors
Eagle Rock Vision, Londres, 2008

Classic albums: Jimi Hendrix - Electric Ladyland
Eagle Rock Vision, Londres, 1997

Classic albums: Queen - A night at the opera
Eagle Rock Vision, Londres, 2006

Classic albums: Black Sabbath - Paranoid
Eagle Rock Vision, Londres, 2010

Forever young: How rock'n'roll grew up
BBC4 Television, Londres, 2010

Hippies
History Channel, Nueva York, 2007

Kings of Glam
BBC4 Television, Londres, 2006

Prog Britannia

BBC4 Television, Londres, 2009

Sex Pistols: La Mugre y La Furia

Filmfour video, Londres, 2000

The making of Sargent Pepper's

Walt Disney International, 1992

The Summer of 1967 - The Summer of Love

BBC4 Television, Londres 2013