

Trabajo Fin de Grado

Aproximación teórica al diseño de revistas.
Análisis de las portadas de El País Semanal (2019)

A theoretical approach to magazine design.
Analysis of the covers of El País Semanal (2019)

Autor

Francisco Mellado Boned

Directora

Maite Gobantes Bilbao

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

2019

Resumen:

El diseño de revistas se ha visto eclipsado por el resto de publicaciones que componen el diseño editorial, tanto libros como diarios. Si bien ambas disciplinas cuentan con un amplio repertorio de ensayos, la estructura de estas publicaciones, de mayor riqueza artística, se ha visto relegada a una posición secundaria. En consecuencia, el presente trabajo explora el diseño de las revistas a través de sus elementos y guiños al consumidor que, en definitiva, apoyan el mensaje que desea transmitir el texto. Una riqueza expresiva que queda reflejada a través de las portadas de una de las revistas o suplementos más relevantes del quiosco español: *El País Semanal*.

Palabras clave: Diseño, revistas, imagen, portada, retórica, El País Semanal, tipografía.

Abstract:

Magazine's design has been eclipsed by the rest of diary publications that make up the editorial design, both books and newspapers. Even though both disciplines have a wide repertory of essays, the structure of these publications, with greater artistic wealth, has been relegated to a secondary position. Consequently, the current work explores magazine's design through its elements and inks to the consumer that, defenitly, support the message that the text wants to convey. An expressive richness that is reflected through the covers of one of the most relevant magazines from the spanish kiosk: *El País Semanal*.

Key words: Design, magazines, picture, cover, rhetoric, El País Semanal, typography.

ÍNDICE

0. Introducción	1
1. Aproximación al concepto de diseño editorial	3
1.1. Fundamentos teóricos del diseño editorial.....	3
1.2. Principales elementos del diseño editorial.....	4
1.2.1. <i>La tipografía</i>	4
1.2.2. <i>El color</i>	6
1.2.3. <i>Las formas</i>	8
1.2.4. <i>Las imágenes</i>	9
2. Retórica del diseño	11
2.1. Figuras de adjunción.....	12
2.2. Figuras de supresión	13
2.3. Figuras de sustitución	13
2.4. Figuras de intercambio.....	14
3. Simbolismo y significado.....	16
4. El diseño editorial como disciplina	24
4.1. Historia del diseño editorial y de revistas	24
4.2. Breve historia de las revistas en España	27
4.3. Escuelas y movimientos culturales	28
5. El País Semanal, historia y análisis de portadas.....	33
5.1. Origen y consolidación de <i>El País Semanal</i>	33
5.2. Análisis de las portadas de <i>El País Semanal</i>	34
6. Conclusiones.....	58
7. Bibliografía.....	60
Anexos:	¡Error! Marcador no definido.

0. Introducción

La presente investigación tiene como objeto de estudio el diseño de publicaciones periódicas y, en concreto, de revistas y suplementos. A pesar de los numerosos escritos que describen la funcionalidad del diseño periodístico, pocos autores centran el foco de interés sobre el diseño de revistas, de una libertad y riqueza artística superior al resto de publicaciones diarias. Es por esto, junto con mi particular pasión por las artes gráficas y la funcionalidad del diseño editorial, lo que me ha llevado a seguir la estela de autores como Subiela Hernández o Tena Parera en la redacción de un trabajo como el siguiente.

En consecuencia, en el Capítulo I abordaremos el concepto de diseño editorial y los elementos que lo caracterizan. Es decir, trataremos la evolución del término diseño - *designare* en latín- hasta su unión con el adjetivo “editorial” y cómo el de las revistas se encuentra a mitad de camino entre este y el periodístico. A continuación, presentaremos los cuatro componentes que sustentan al diseño: la tipografía, el color, las formas y las imágenes. Además, dentro de cada uno de ellos procederemos a enumerar su historia, características y principales categorías en las que pueden dividirse.

El Capítulo II trata de esclarecer la habitual reducción de la retórica a sus figuras a través de la obra de Aristóteles y justifica su presencia en la imagen gracias al trabajo de Jacques Durand. Un escenario tras el que consideraremos las figuras retóricas como las herramientas que permiten conformar el lenguaje común entre imagen y lector, que Durand (1982) clasifica en cuatro categorías: figuras de adjunción, supresión, sustitución e intercambio.

Además, en el Capítulo III transitaremos por algunas cuestiones fundamentales de la semiótica aplicadas a los elementos del diseño. Es decir, describiremos el significado de los signos a partir de su evolución, desde el punto, considerado por Frutiger como el átomo de cualquier expresión gráfica, hasta formas básicas como el cuadrado, el triángulo, el círculo, la flecha y la cruz. Asimismo, también nos detendremos en las características de la tipografía, divididas, según la reformulación de Subiela (2010), en góticas, romanas, egipcias, palo seco, incisas y de fantasía. Por último, consideraremos las propiedades de los colores, así como las de la imagen, que dependen de la luz, el plano, la angulación y la psicología de la Gestalt.

El Capítulo IV aborda la disciplina del diseño editorial propiamente dicho. Por tanto, describiremos de forma sintética la historia del diseño de revistas, desde los difíciles comienzos hasta el escenario actual, donde las nuevas tecnologías simplifican el proceso de impresión. Para concluir el capítulo, explicaremos la incursión de esta disciplina en España, así como los movimientos culturales que la han influenciado, como el Modernismo, el Dadaísmo, el Neoplasticismo, etc.

A continuación, en el Capítulo V nos centraremos en el análisis del suplemento dominical -considerado revista- *El País Semanal*. Como presentación, en primera instancia, se refiere el origen y la consolidación de la publicación a lo largo de sus 43 años de historia, tras lo que realizaremos un estudio encuadrado en el marco teórico descrito. En concreto, el estudio constará de doce ejemplares continuados, desde el 31 de marzo hasta el 16 de junio de 2019, donde los detalles de cada portada serán interpretados desde los aspectos descritos previamente.

Finalmente, el Capítulo VI contiene las conclusiones extraídas tras la realización del presente trabajo, que pretende profundizar en el lenguaje del diseño de revistas. Es decir, su objetivo es demostrar cómo el diseño genera un marco comunicativo entre la publicación y el lector. Un idioma común que transmite una determinada información al receptor y que, a través de los elementos del diseño, apoya la que ofrece el texto. En definitiva, busca evidenciar cómo los mensajes expresados mediante la palabra escrita resultan más efectivos con una disposición, forma, tipografía y color acorde a los mismos.

1. Aproximación al concepto de diseño editorial

En el presente apartado va a ser tratado el diseño editorial desde sus postulados teóricos. En concreto, serán descritos los axiomas sobre los que se sostiene este término, así como los elementos que lo componen, con el objetivo de sentar las bases sobre las que desarrollar un marco teórico que refleje la capacidad comunicativa del diseño.

1.1. Fundamentos teóricos del diseño editorial

Antes de entrar en el ámbito editorial del diseño, es conveniente recurrir a su origen etimológico con el fin de comprender realmente su esencia y finalidad. El concepto de diseño, según Blas Subiela (2010: 18) “procede del latín *designare* [...] y a su vez del término *signa*, es decir, seña, signo”. Por tanto, afirma que cualquier diseño conforma un signo, cuyo objetivo es comunicarse con el espectador. En este sentido, es interesante recurrir a Yves Zimmermann, quien remite este concepto a la palabra latina *designio*, que significa marcar y dibujar, pero también elegir. Es decir, “el designar es siempre fruto del designio, de la intención” (Zimmermann, 2002: 112).

Atendiendo a las condiciones de ambos expertos, el diseño como tal consiste en la representación de signos con una intención -comunicativa-. Sin embargo, para la Real Academia Española (2014: 809), es una “traza o delineación de un edificio o de una figura”. De hecho, no es hasta la cuarta acepción en donde se da una definición lo suficientemente ambigua como para incluir este enfoque. Es muy probable que esta carencia sea fruto del debate sobre la figura del diseñador: ¿artista o ingeniero? Una cuestión a la que se enfrentan multitud de autores, tanto los que alegan que el diseño siempre contendrá subjetividad, pero no será su razón de ser; como los que remiten a autores cuyos diseños se identifican con un estilo personal y propio. En cualquier caso, “el diseño [...] debe [...] cubrir la función para la que ha sido creado y hacerlo de la forma más atractiva posible” (Subiela, 2010: 21).

Una vez definido el amplio campo semántico en el que se mueve el diseño, parece conveniente su contextualización en el marco del presente trabajo. En su Tesis Doctoral, Subiela intuye que, al igual que la RAE, la bibliografía consultada añade al sustantivo “diseño” un adjetivo; primordialmente, “gráfico”. Pero, ¿qué es el diseño gráfico? Para el diseñador gráfico Jorge Frascara (2000: 19) consiste en “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos

determinados”. En otras palabras, su definición fusiona las dadas por Zimmermann y la RAE, a la par que introduce el carácter industrial del diseño. De hecho, Frascara (2000: 103) añade la existencia de tres ramificaciones profesionales del diseño gráfico: diseño para la información, para la persuasión y para la educación. El presente estudio únicamente se centrará en el diseño para la información, debido a que incluye el diseño editorial entre otras variantes, como el diseño de tablas, gráficos, mapas o planos.

No obstante, un fallo potencial de esta clasificación reside en la omisión del diseño periodístico, posiblemente considerado como diseño editorial. A través de autores como Jesús Zorrilla (2007), Fernando Lallana (2000) o José Ignacio Armentia Vizuite (1999), Subiela (2010: 25) describe el diseño periodístico como una disciplina que asegura la legibilidad de los textos, ordena los contenidos en función de su relevancia y establece un estándar visual con el que el lector pueda familiarizarse. En definitiva, “nos referimos al diseño gráfico aplicado a la elaboración de publicaciones periódicas, con independencia de su contenido. Podríamos hablar, por tanto, de diarios y revistas, pero también de boletines o catálogos de productos” (Subiela, 2010: 24).

En consecuencia, el diseño editorial queda definido como un amplio género que abarca, en general, las publicaciones impresas. Es decir, el diseño de revistas forma parte del diseño editorial -que también incluye libros o novelas gráficas- y a su vez del periodístico, como una especialidad del mismo.

1.2. Principales elementos del diseño editorial

El significado del diseño, como apunta Subiela (2010: 69), “se identifica con la realidad observable a la que se refiere el signo”. Por lo tanto, su intención radica en unos elementos que Timothy Samara (2009: 4-5) desgrana en su obra *Los elementos del diseño* y que influyen en la comunicación entre signo y espectador: la *tipografía*, el *color*, las *formas* y las *imágenes*.

1.2.1. La tipografía

Tanto en el formato digital como en el impreso, la tipografía adquiere suma importancia en el diseño editorial debido a su intención comunicativa, que radica en su forma. Para Jesús Zorrilla (2007: 27), esta disciplina consiste en “el estudio de las diferentes categorías de letras, familias y recursos tipográficos y su incidencia en la legibilidad”. No obstante, la definición de Zorrilla parece olvidar un aspecto fundamental. Más allá de las familias y los recursos estilísticos, el diseño tipográfico exige la legibilidad

del texto. De esta forma, “la letra nunca va a perder su funcionalidad lingüística, por lo que deberá ser reconocible” y, además, “exige, por tratarse de un código formado por muchos signos, la coherencia formal entre todos los caracteres” (Martín Montesinos y Mas Hurtana, 2009: 72).

Sin embargo, ambas definiciones comprenden un amplio abanico de distintas familias tipográficas que, según Subiela (2010: 95), deben organizarse en categorías a partir de clasificaciones tipográficas. Estas “familias”, explica Fernando Lallana (2000: 41), corresponden a “todas aquellas unidades que respondan a un mismo dibujo, aunque admitan variaciones en su ojo con más o menos grosor” y se diferencian de las “fuentes”, que definen “cada variante diseñada de una misma familia de tipos” (Martín Montesinos y Mas Hurtana, 2009: 74). Como consecuencia, las tipografías incluidas en una misma familia compartirán el mensaje transmitido al lector. Por tanto, es de especial importancia emplear clasificaciones tipográficas con el motivo de “agrupar en categorías y familias las tipografías similares morfológicamente” (Subiela, 2010: 96). Para establecer estas clasificaciones, José Luis Martín Montesinos y Montse Mas Hurtana (2009: 78-81) proponen los elementos más importantes de los caracteres¹:

1. **Líneas de referencia:** Marcas que delimitan los caracteres y sus elementos. Se distinguen los siguientes tipos:
 - a. Línea base: Aquella sobre la que se apoya el cuerpo de los caracteres minúsculos y que sostiene todos los mayúsculos.
 - b. Línea media u ojo medio: Paralela superior a la línea base que “delimita la altura de las minúsculas”.
 - c. Línea de alineación inferior: Aquella que define los trazos descendentes.
2. **Asta, fuste o montante:** Trazo que describe la estructura del carácter.
3. **Brazo:** Línea horizontal o diagonal que nace de otro vertical.
4. **Ascendente y descendente:** Elemento de los caracteres de caja baja que supera por arriba o por debajo -respectivamente- el ojo medio.
5. **Cruz o travesaño:** Trazo horizontal que atraviesa en algún punto el principal.
6. **Filete o perfil:** Trazo horizontal entre líneas verticales, diagonales o curvas.
7. **Cola:** Extensión inferior de determinados rasgos.
8. **Panza o bucle:** Línea curva.

¹ Disponible en Anexos, 1. Elementos de los caracteres tipográficos.

9. **Hombro o arco:** Línea curva que procede del asta principal de determinadas letras y no termina por cerrarse.
10. **Doble arco:** Línea curva principal de la letra “s”, tanto de caja alta como baja.
11. **Ojal superior e inferior:** Trazo que compone la curva en la zona superior e inferior de la letra “g” de caja baja.
12. **Cuello:** Trazo que une los dos ojales de la letra “g” de caja baja.
13. **Remate o serifa:** Línea final que no sigue la dirección del trazo en el que se apoya.
14. **Uña, gancho, espolón o ápice:** Final de un trazo que acaba con una pequeña proyección de otro.
15. **Lágrima, gota o botón:** Final de un trazo que acaba con una forma redondeada.

La alteración de estas partes permite agrupar los caracteres en distintas familias. Según Martín Montesinos y Mas Hurtana (2009: 96), las categorías de mayor relevancia “se basan [...] en la realizada por Maximilien Vox [...], que establece los grupos basándose en su evolución a lo largo del tiempo y el tratamiento diferenciado de los elementos de los caracteres”. Esta clasificación agrupa once números de tipografía, pero Subiela (2010: 98) las resume en seis: góticas, romanas, egipcias, de palo seco, incisas y de fantasía.

1.2.2. El color

Más cauto se muestra a la hora de explicar el color, que define como “un fenómeno físico y fisiológico que opera según las leyes de las ciencias naturales de una forma similar en todos los individuos” (Subiela, 2010: 110). El presente trabajo pretende ahondar en la intención comunicativa y psicológica del color, por lo que nos guiaremos por la teoría de Eulalio Ferrer (1999: 75), quien lo describe como “referencia del lenguaje, medio auxiliar del pensamiento, sostén de la inteligencia y mapamundi de la vida”. No obstante, los estudios científicos que respaldan esta teoría son cruciales para la interpretación comunicativa del color. Por tal motivo, en primer lugar, explicaremos su funcionamiento orgánico para, a continuación, desarrollar la simbología y los significados que entraña.

Tal y como indica Ferrer, los estudios relativos al color se remontan al siglo V a.C., contenidos en los versos del poeta Alcmeón de Crotona, quien estudiaba la confrontación entre el blanco y el negro. Durante los años posteriores, la cultura griega resultaría esencial en el desarrollo de teorías que, aunque erróneas, se aproximaban al funcionamiento de la vista. Demócrito, Platón y Aristóteles establecieron las bases de los colores básicos y su producción a través de la dilatación o contracción de los “rayos de

luz” que emiten los ojos. Sin embargo, Teofrasto fue quien culminó sus estudios en la *Teoría de los cuatro colores*: blanco, negro, rojo y verde. Hasta el momento, ninguna tesis desmentía la creencia acerca de la procedencia del color, tradicionalmente ligada al cerebro. De hecho, señala Ferrer (1999: 81), esta idea tardó cerca de dos milenios en llegar por medio de Isaac Newton.

En su segunda obra literaria, *Óptica* (1704), Newton demostraba a través de un prisma de cristal la descomposición de la luz solar en seis colores; los correspondientes al arcoíris. Por tanto, los colores proceden de la luz al entrar en contacto con los objetos que, en función de sus pigmentos, absorben unas longitudes de onda y emiten otras. El proceso es simple. El ojo filtra la luz para proyectarla en la fovea, un pequeño espacio anterior a la retina. Los fotorreceptores, divididos en conos y bastones, se ubican en la retina y se encargan de transmitir a través de los nervios ópticos la información al cerebro. En 1801, Thomas Young no creía posible la existencia de tantos conos como colores había, por lo que demostró que, en realidad, hay tres tipos de conos: los que trabajan el rojo, los del verde y los del azul. Para Young, dichas tonalidades conformaban los colores primarios, una teoría seguida por el filósofo Hermann von Helmholtz décadas más tarde (Ferrer, 1999: 89).

Von Helmholtz definió la composición aditiva, que consiste en la creación de colores de forma artificial mediante la superposición de luces de los mismos colores que adujo Young, cuya suma total resulta blanco. A su vez, señala Subiela (2010: 116), la mezcla entre sí genera otras tres tonalidades: cian, magenta y amarillo: los colores secundarios. No obstante, en 1810, Johann Wolfgang von Goethe publicó su *Teoría de los colores* en contraposición a la de Newton dado que, al observar una pared blanca a través de un prisma de cristal, no había visto los mismos colores que éste. Aunque su tesis carece de una base científica, “la gran aportación de Goethe al estudio del color es precisamente su punto de vista humano y fenomenológico” (Subiela, 2010: 112). En cualquier caso, la clasificación de los colores depende de la teoría que la avale. Al igual que Ferrer, en el presente trabajo nos guiaremos por aquellos que dicta el Instituto Alemán de Normalización de la mezcla sustractiva²: rojo, amarillo y azul como primarios y violeta, verde y anaranjado como secundarios.

² Disponible en Anexos, 2. Contraposición entre la mezcla sustractiva y aditiva.

En resumen, el color es una variable no sólo ligada a la composición de los objetos, sino también a la percepción de las personas, puesto que depende de tres atributos: tono, luminosidad y saturación (Ferrer, 1999: 98).

1.2.3. Las formas

Al igual que ocurre con el color y la tipografía, no hay diseño sin forma. Como se ha mencionado con anterioridad, el diseño es puramente visual, por lo que la adecuación de los contenidos a las formas que pretenden evocar los mismos es esencial para un buen diseño. La complejidad de definir este concepto estriba en sus múltiples acepciones y contextos, pero, desde un punto de vista estético, María Acaso (2009: 52) lo interpreta como “la determinación exterior de la materia, los límites exteriores del material visual”. Es decir, según Acaso, se trata del envoltorio en el que los contenidos son empaquetados, pero para Timothy Samara (2009: 32) va más allá: la forma en sí es un mensaje, un contenido que el receptor identifica y asocia con conceptos a su alcance.

Por tanto, en el aspecto visual y estético, la forma gozará de vital importancia tanto para los formatos como para los contenidos. Tal y como apunta Subiela (2010: 127), en esta rama de estudio aparece la dualidad forma-contenido y dos corrientes: los que defienden su unión y los que promulgan que son separables, ya que puede darse más valor a una u otra en función de la obra artística en concreto. Sin embargo, en el presente trabajo optaremos por la primera, puesto que entendemos la visión de Timothy Samara y María Acaso como complementarias. De hecho, ambos autores coinciden en clasificar las formas en orgánicas -trazos irregulares y ondulantes- y artificiales -trazos regulares y rectos-. Según Samara (2009: 55), “las formas geométricas se pueden disponer de manera muy orgánica [...]. Aunque es evidente que [...] una figura geométrica transmite el mensaje de ser algo artificial”.

En consecuencia, uno caería en la tentación de categorizar el punto, la línea y el contorno como formas regulares. Sin embargo, como precisa Subiela (2010: 128), la línea está conformada por multitud de puntos que, a su vez, constituyen el contorno de la forma una vez se unan el punto inicial y el final de dicha línea. Es decir, la línea define la forma al generar “contornos compactos y positivos que ocupan un espacio y se diferencian del fondo” (Wong, 2014: 138). El resultado, por tanto, puede ser una figura orgánica o artificial en función de la curvatura de su contorno, pero también simple o compleja respecto al número de figuras incluidas en la forma. Es lo que propone Wucius Wong (2014: 49), para quien existen ocho métodos de composición de formas complejas:

distanciamiento, toque, superposición, penetración, unión, sustracción, intersección y coincidencia³.

1.2.4. Las imágenes

Las imágenes, en cierta medida, no dejan de ser una representación de formas que asociamos a objetos, por lo que el concepto acepta múltiples significados. De acuerdo con Martine Joly (2009: 18), tendemos a entender la imagen como mediática, en referencia a la televisión o la publicidad; pero también como virtual, por medio de la recreación de universos digitales, y mental, al construir escenas en nuestra psique a través de recuerdos, palabras u otras imágenes. No obstante, el ámbito estético acepta estas variantes a través de una misma definición. Un hilo conductor donde reside la esencia de la imagen que, según Joly (2009: 44), corresponde a “algo que se asemeja a otra cosa”. Es decir, una analogía de la realidad que puede constar de imágenes fabricadas, que imitan dicha realidad, y aquellas que la registran.

Ambas serán tratadas en el presente trabajo, ya que pertenecen a signos analógicos; a diferencia de los signos plásticos (tipografía, color y forma), explicados en los apartados anteriores. Pese a la interesante clasificación de Joly, para el análisis de las imágenes nos centraremos en una más representativa y ligada a las publicaciones periódicas. En concreto, la que propone Subiela (2010: 136-137), para quien la imagen se divide en ilustraciones, fotografías e infografías a través de una línea temporal. Al comienzo de los diarios, las ilustraciones acompañaban a las cabeceras. Reproducidas por medio de grabados de madera y tinta, ganaron protagonismo informativo hasta 1880, cuando fueron sustituidas paulatinamente por la fotografía. Pero no será hasta la década de los 70's en el siglo XX cuando, por la proliferación de la televisión, sea estrictamente necesario incluir multitud de imágenes en diarios y revistas. Un afluente de color y formas que culminará, diez años después, con la explosión de la infografía: “una información transmitida por medio de una o varias imágenes completadas y apoyadas por textos diversos” (Subiela, 2010: 142).

Con respecto a las ilustraciones, Joly (2009: 72) propone cuatro variables que influyen en el mensaje que quieren transmitir: las formas, los colores, la composición y la textura. Sin embargo, la forma y la textura no resultan adecuadas entre las fotografías y las infografías, por lo que nos guiaremos por los atributos que sugiere Subiela (2010:

³ Disponible en Anexos, 3. Composición de formas complejas según Wong.

142): la luz, el color, el encuadre y la composición. Mientras que la luz depende a su vez de su naturaleza, dispersión, altura y dirección; el color lo hace de las gamas tonales, la saturación y el contraste. Por su parte, el encuadre varía en función del formato, el tipo de plano y el punto de vista, así como la composición del equilibrio, la unidad y el contraste.

2. Retórica del diseño

Una vez descritos los elementos del diseño editorial, es momento de asociarlos con sus capacidades de persuasión, con la retórica. Para desgranar tan antiguo como fundamental término en el lenguaje es necesario remontarse a Aristóteles, filósofo clave en su desarrollo. Según este, “entendemos por retórica la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer” (Aristóteles, *Retórica* I, 1, 1355b25., 1999). Es decir, un método de convicción moldeable a cualquier disciplina que, sin embargo, es confundido actualmente con las figuras retóricas. Un error que Subiela (2010: 80) aclara al explicar cómo las figuras son las herramientas de este arte de la argumentación.

El *Tratado de la argumentación: la nueva retórica* (1989), donde Perelman y Olbrechts-Tyteca analizan la estructura del discurso argumentativo, desvela las claves de la adecuación del emisor al público para conformar un lenguaje común entre ambos. Es decir, un método gracias al que el receptor comprende e interioriza el mensaje. Por tanto, puede aplicarse a la imagen, ya que, como reunión de todos los elementos del diseño y al igual que ellos, dispone de su propia retórica. En este sentido, Roland Barthes (1986) y, tras él, su discípulo Jacques Durand (1982), condensan en sus obras el análisis de signos y señas en las imágenes en busca de la transmisión de argumentos persuasivos. Barthes (1986: 30) centra su estudio en la imagen publicitaria, “porque en la publicidad la significación de la imagen es con toda seguridad intencional”.

De esta forma, establece la aparición de tres mensajes en las imágenes: el mensaje lingüístico, el icónico literal y el icónico codificado. Mientras el lingüístico corresponde a los textos explicativos o marginales de la escena, tales como el nombre de una calle o una etiqueta; el icónico literal y el codificado representan la imagen pura. Su diferencia estriba en la interpretación por parte del receptor. El mensaje icónico literal alude a la materia meramente informativa, “a los objetos identificables y no tan solo formas y colores”; pero el icónico codificado abarca toda la imagen en busca de signos que evoquen conceptos relacionados con ella, a menudo connotaciones culturales (Barthes, 1986: 32). Una vez su mentor sentó las bases, Durand continuó su investigación centrándose en las figuras retóricas como nexo entre proposiciones y su naturaleza, como puente entre realidad y extrapolación.

En concreto, para Durand (1982: 81) “si la publicidad tiene un interés cultural, se lo debe a la pureza y riqueza de su estructura retórica”. Por tanto, incide en el soporte de

las figuras retóricas de los antiguos filósofos y amplía la clasificación de Barthes, quien diferencia entre metáforas, que sustituyen un significante, y parataxias, que modifican la relación entre signos. Por el contrario, Durand (1982: 84) distingue entre las operaciones entre proposiciones y la naturaleza de la relación entre dichas proposiciones, expuestas a continuación. Mientras que las operaciones comprenden figuras de adjunción, supresión, sustitución e intercambio, su naturaleza abarca figuras de identidad, similitud, diferencia, oposición y falsas homologías⁴.

2.1. Figuras de adjunción

La adjunción consiste en añadir uno o varios elementos a la preposición e incluye, como caso singular, la *repetición*; dado que relaciona elementos idénticos. No obstante, la *repetición* puede producirse mediante las siguientes figuras retóricas: asonancia, rima, aliteración, homoteutón, anáfora, epanáfora, epístrofe, epanalepsis, anadiplosis, epanadiplosis, concatenación y símploque. Más allá de la *repetición*, la relación entre proposiciones puede producirse por *similitud*, *diferencia*, *oposición* o *falsas homologías*. En el caso de la *similitud*, aparecen la rima y la comparación o símil. La rima afecta a la forma, ya que determina la repetición de patrones, pero el símil influye en el contenido, en busca de elementos parecidos. En cuanto a la *diferencia*, únicamente se encuentra la acumulación como figura retórica, entendida como la adición de distintos elementos a un mensaje.

Si atendemos a la *oposición*, está conformada por los anacronismos y la antítesis. El anacronismo representa una misma escena enfrentada por dos momentos histórico-culturales distintos y asociada a la forma, mientras que la antítesis, según José Luis García Barrientos (2000: 64), consiste en el “enfrentamiento de términos antónimos en un contexto”, por lo que afecta al contenido de la imagen. Como *falsas homologías*, Durand (1982: 97) propone el doble sentido y la paradoja. El doble sentido es considerado en la retórica clásica como la antanaclasis, es decir, la repetición de dos palabras homónimas con distintos significados, pero en la imagen publicitaria presenta objetos o personajes idénticos cuyas diferencias resaltan en los textos. Sin embargo, la paradoja representa la escena opuesta: elementos aparentemente distintos pero muy similares.

⁴ Disponible en Anexos, 4. Tabla de figuras retóricas según Durand

2.2. Figuras de supresión

Como su nombre indica, la supresión no es sino la eliminación de uno o varios elementos de la proposición. La supresión por *identidad* es conocida como elipsis y, al igual que en el lenguaje textual, omite una serie de elementos de la imagen “que deben ser traídos de fuera, suplirse con imaginación” (García Barrientos, 2000: 25). En la imagen publicitaria pueden suprimirse elementos accesorios del producto, los personajes o el propio producto, en beneficio de los servicios que ofrece. Mientras, la *similitud* abarca el circunloquio o perífrasis, es decir, “el elemento suprimido se vincula con otro elemento del mensaje”, como el reflejo de un personaje sin mostrarlo. Con respecto a la relación de *diferencia*, destacan la suspensión y la digresión. Si bien la suspensión, según García Barrientos (2000: 86) “consiste en mantener suspenso el ánimo del lector; después de lo cual [...] se distiende el interés con una salida de tono”, la digresión supone la inserción de elementos que desvíen el objetivo central del discurso directamente. Por tanto, su función en la imagen es la de retrasar la entrada de un elemento del mensaje.

En sentido contrario, la supresión por *oposición* se materializa en la dubitación, entendida como la ficción de no saber qué o cómo decir o hacer (García Barrientos, 2000: 80), y en la reticencia, que según Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989: 736) “permite evocar una idea al tiempo que deja el desarrollo al oyente [...] que podrá sugerir algunas formas de expresión”. Por último, las figuras retóricas propias de las *falsas homologías* como método de supresión son la tautología y la preterición. A través de la tautología, una misma imagen se presenta dos veces con diferentes significados sin mencionar dicha diferencia, mientras que, mediante la preterición, se finge no decir lo obvio (Durand, 1982: 102).

2.3. Figuras de sustitución

La sustitución comprende las dos operaciones anteriores: la supresión de uno o varios elementos de la proposición para reemplazarlos mediante la adjunción de otros. Así, la relación de *identidad* se establece a través de la hipérbole, la acentuación y la lítote. La hipérbole, entendida como la “sustitución de significados con exageración que rebasa llamativamente los límites de lo verosímil” (García Barrientos, 2000: 54), se traduce al lenguaje visual como un aumento de la imagen. Por otro lado, la acentuación, que valora un elemento sobre los demás en la comunicación, es representado como la presencia de color en una imagen en blanco y negro; mientras que la lítote, que pretende expresar un enunciado de forma indirecta mediante la negación de lo contrario a lo que

quiere decir, es representado como “textos en lengua extranjera, [...] minúsculas y [...] la página vacía” (Durand, 1982: 103). La *similitud* se produce mediante la alusión y la metáfora, dos representaciones de otra realidad cuya diferencia radica, en el caso de la alusión, en reflejar semejanzas formales (como un peine y una sierra), y en el de la metáfora, en comparar contenidos.

Sin embargo, la sustitución por *diferencia* entre proposiciones cuenta con la metonimia como figura retórica, que sigue considerándose la sustitución de significados entre términos relacionados, tanto en la relación causa-efecto y la de continente-contenido como la del todo por la parte o sinécdoque (García Barrientos, 2000: 58). Como *oposición*, la perífrasis y el eufemismo tienden el puente entre la proposición y la imagen. En esta situación, la ya explicada perífrasis actúa sobre la forma y el eufemismo sobre el contenido, ya que éste suple un elemento desagradable por otro no considerado como tal (Subiela, 2010: 294). El retruécano y la antífrasis se dan en las *falsas homologías*, pero el primero es definido como la antanaclasis mediante el ejemplo de un disco reemplazado por un plato de fideos. No obstante, la antífrasis o ironía, entendida como “forma opuesta y contenido idéntico” (Durand, 1982: 105), se hace patente a través de la sustitución de objetos tangibles por formas absurdas.

2.4. Figuras de intercambio

El intercambio supone “dos sustituciones recíprocas: se permutan dos elementos de la proposición” (Durand, 1982: 85). A partir de esta operación, se desarrollan varias figuras retóricas. La inversión, que consiste en la alteración del orden lógico entre elementos, se produce con motivo de la relación de *identidad* en imágenes de personajes de espaldas o cabeza abajo. Por otro lado, la endíadis y la homología se incluyen en el campo de la *similitud*. Si bien la endíadis se produce entre dos elementos distintos con formas equivalentes, la homología, entre dos contenidos idénticos con formas dispares. Mientras, el intercambio por *diferencia* se materializa a través del asíndeton, explicado por García Barrientos (2000: 25) como la omisión de nexos copulativos, cuya representación gráfica corresponde al desajuste de las bandas verticales u horizontales de una imagen.

Sin embargo, el anacoluto y el quiasmo lo hacen por *oposición*. Por un lado, el anacoluto produce la falta de concordancia sintáctica según las reglas de la gramática, por lo que el equivalente en la imagen es un fotomontaje incoherente o imposible de realizar.

Por otro, el quiasmo responde a una “distribución simétrica o cruzada de los componentes” (García Barrientos, 2000: 42), representado en la imagen como la permutación de elementos no vinculantes. En última instancia, el intercambio mediante *falsas homologías* se realiza gracias a las antimetábolos y la antilogía u oxímoron, ambas fácilmente reflejadas en el lenguaje visual. Según García Barrientos (2000: 68), las antimetábolos constituyen varias oraciones conformadas por los mismos elementos en orden inverso, mientras la antilogía combina términos opuestos y excluyentes en una misma unidad.

3. Simbolismo y significado

Si bien la retórica nos ha permitido encontrar las fórmulas para encriptar el mensaje o significado, también funciona como puente para conectar el diseño con su valor simbólico (Subiela, 2010: 82). Por tanto, los significados del diseño están íntimamente ligados a sus elementos y, en concreto, al punto, “el átomo de toda expresión gráfica” (Frutiger, 1981: 17). A partir del punto se conforman los demás elementos, a excepción del color, dado que la sucesión de ellos determina una línea que, a su vez, puede dibujar formas, así como distintas variantes tipográficas de un alfabeto. Ambas opciones conforman un signo, lo que nunca, según Adrián Frutiger (1981: 177-178), debe confundirse con un símbolo, dado que el primero consiste en una representación y el último en un “objeto de meditación” donde el observador fija su fe y sus convicciones.

De acuerdo con este autor, la sucesión de puntos puede dar lugar a una línea recta, oblicua o curva. No obstante, en el primer caso, la línea recta puede dividirse en horizontal y vertical, en función de lo que despierta una sensación distinta en el ser humano. Consideramos mayor la misma distancia en vertical que en horizontal, de lo que se desprende que nuestro movimiento se desarrolla en este sentido. Por ende, el hombre está más acostumbrado a figuras horizontales que le producen la sensación de tranquilidad y fiabilidad, pero también le gusta compararse con las verticales, que suscitan precisión y actividad. En ambos casos, la persona se siente segura. Todo lo contrario que con las líneas oblicuas o inclinadas, a excepción del gradiente 45 por encontrarse entre las dos dimensiones anteriores. La inseguridad depende a su vez del hábito occidental de lectura -de izquierda a derecha-, que nos sugiere el ascenso de un objeto cuanto más próximo se encuentra a la línea horizontal y de caída cuanto más lo está hacia la vertical. Asimismo, las líneas curvas despiertan la sensación de giro y eternidad, un continuo que nunca acaba (Frutiger, 1981: 18-19).

En un nivel más complejo, los signos como formas ya no se rigen únicamente por preceptos occidentales u orientales, sino que su significado remite a un ámbito geográfico más concreto. No obstante, según apunta Frutiger (1981: 30), las civilizaciones humanas han coincidido en el dibujo de cinco signos agrupados en figuras cerradas -el cuadrado, el triángulo y el círculo- y abiertas -la flecha y la cruz-. Respecto a las primeras, el cuadrado se identificaba tradicionalmente con la Tierra y los signos cardinales, un suelo, techo o pared firme, mientras que el rectángulo es asociado a vigas o columnas y el rombo, al sostenerse sobre un vértice, sugiere una intención. De hecho, incluso el triángulo

apoyado en un vértice se considera una señal de alarma, pero el que descansa sobre una base horizontal refleja calma. Sin embargo, las formas redondas remiten a la sensibilidad en vez de a la razón, como el círculo, que evoca una “línea eterna que, sin principio ni fin, gira en torno a un centro tan invisible como preciso” (Frutiger, 1981: 32). Como ya se ha mencionado, el observador tenderá a pensar en los astros, pero también puede remitirle a conceptos más novedosos y arraigados como la rueda o el balón.

Ahora bien, en la segunda clasificación de figuras, la flecha dispone de una mayor de percepción de movimiento en sentido horizontal -derecha e izquierda- que en vertical -arriba y abajo-, debido a lo explicado previamente. En sí consiste en la convergencia de dos líneas oblicuas, pero solo se considera flecha cuando su ángulo es igual o inferior a 20°. El escaso espacio entre líneas y el afilado vértice producen una sensación de alarma o peligro ante el que protegerse que se ve intensificada cuando una bisectriz divide y agudiza el espacio entre sendas oblicuas. A ojos del observador, esta flecha indica un arma o arpón, pero si se agrega una recta vertical en su punta, se incide en la idea del disparo. Si la bisectriz es curva, se entiende por una señal de dirección. Asimismo, la cruz contiene varias interpretaciones. Ubicada de forma vertical da a entender una “suma”, pero conforme se alarga la línea vertical adquiere la connotación de la fe cristiana. Mientras, la cruz diagonal está asociada tanto la multiplicación de dos factores como a la firma y la invalidación o negación de un dato. Además, cuanto más se aleja el ángulo trazado entre ambas líneas, más “se evoca la figura humana, con brazos y piernas, en posición erguida o yacente” (Frutiger, 1981: 35).

A partir de todos ellos se han construido infinidad de nuevas figuras, resultantes de la combinación entre signos de igual y distinta forma o entre abiertos y cerrados. De hecho, estos primitivos trazos “son considerados por muchos como precursores de nuestra escritura [...], pero nunca como patrón o modelo directamente relacionado con lo que actualmente llamamos escritura” (Frutiger, 1981: 77). De tal manera, la escritura puede dividirse en familias figurativas y alfabéticas, dado que las primeras solo han estilizado figuras que representan objetos o seres y las segundas las han simplificado de forma abstracta, lo que da como resultado las familias tipográficas. Como ya se explicó con anterioridad, el presente trabajo únicamente considera seis de estas familias²: góticas, romanas, egipcias, de palo seco, incisas y de fantasía. La gótica dispone de “ángulos y aristas rectos en lugar de brazos curvos, condensados y con ascendentes y descendentes cortos” (Loxley, 2007:21), como la **Old English Text**, que refleja un carácter medieval.

No obstante, Subiela señala la existencia de varias clases de tipos góticos. Las góticas caligráficas, como la **Matura M7 Script**, contienen trazos gruesos y angulosos, mientras que las manuales, como la *Brush script*, disponen de rasgos más libres. Por otro lado, la romana disfruta de “un tamaño y grosor consistente para cada carácter, y una uniformidad” (Loxley, 2007: 23). De hecho, Martín Montesinos y Mas Hurtana (2009: 98-99) diferencian romanas antiguas, de transición, modernas, de lectura y atípicas. En concreto, antiguas y de transición comparten una modulación inclinada, pero las primeras, como la **Minion**, disponen de remates levemente desproporcionados, y las segundas, como la **Times New Roman**, proporcionados. Sin embargo, la modulación de las modernas, como la **New Baskerville**, es axial, donde contrastan los trazos finos y gruesos. En el caso de las atípicas, como la **Tiffany**, puede ser cualquier romana que contenga una interpretación muy libre de sus elementos, mientras que en las de lectura se ensancha el ojo medio, como ocurre en la **Bookman**.

De igual forma, las egipcias ostentan una modulación que tiende a la uniformidad, con un trazo grueso y mayor tamaño de los remates (Martín Montesinos y Más Hurtana, 2009: 100). En su haber aparecen dos clases de familias egipcias: suaves, como la **Lino Letter** y la **Clarendon**, y duras, como la **Memphis** o la **Rockwell**. Tal y como se observa, las primeras contienen un punto de enlace suave entre sus extremidades, mientras que en las segundas es rígido. En contraposición, la palo seco “presenta el tipo desnudo, funcional y aséptico”, aunque su gran variedad “lo aleja de una supuesta uniformidad o monotonía” (Martín Montesinos y Mas Hurtana, 2009: 102) y las divide en grotescas, humanistas, neogrotescas y geométricas. Si bien las primeras contienen trazos homogéneos y caracteres estrechos sin remates, como la **Letter Gothic**, y las humanistas continúan la modulación del trazo, como la **Gill Sans**; las neogrotescas, como la **Futura**, y las geométricas, como la **Helvética**, carecen de modulación y remates.

En la misma línea, las incisas se dividen en híbridas, que combinan la ausencia de modulación con marcados remates, como la **COPPERLATE GOTHIC**, y en incisas, cuyo trazo es modulado e insinúan atisbos de remates, como la **Eras**. Por último, la familia de fantasía engloba aquellas fuentes que reinterpretan los elementos fijos y agregan elementos variables de distinta naturaleza sin seguir norma alguna. Se dividen en ornamentales y de diseño, donde las primeras se realizan a partir de cualquier grafismo, como la **Blazed**, y las segundas por repetición de adornos adicionales, como la

CIRCUS. No obstante, “raramente vamos a encontrar una familia con unas características puras en su estilo”, dado que es común la mezcla de características entre subgéneros de una misma familia (Martín Montesinos y Más Hurtana, 2009: 99).

Además, Frutiger (1981: 128) recuerda la influencia de las variantes tipográficas en la intencionalidad de dichas familias, tales como la anchura, el grosor y la cursiva. En concreto, afirma que la anchura de un tipo puede considerarse normal -si ocupa cuatro quintos-, estrecha, chupada o ancha, mientras que el grosor determina si los trazos son finos, ligeros, seminegros, negros o normales -un 15% de la altura de escritura-. No obstante, la familia tipográfica condiciona la ubicación del grosor, ya que cada una contiene un determinado grosor en una determinada parte. De igual forma, las denominadas cursivas se emplean para “subrayar o destacar conscientemente palabras o frases” cuando su inclinación es igual o superior a 12° (Frutiger, 1981: 131).

En línea con lo expresado en el apartado “El color”, Roberto Aparici y Agustín García-Matilla coinciden con Eulalio Ferrer en las propiedades de este elemento (tono, saturación y luminosidad) y en su influencia en el observador. ¿Cómo lo consiguen? Primeramente, el tono permite la variación de los colores y la saturación consiste en su pureza, mientras que la luminosidad es “la capacidad de reflejar a luz blanca” que incide en un pigmento (Aparici y García-Matilla, 1989: 87). La combinación de estos factores genera el espectro cromático, que podemos simplificar en ocho colores: rojo, amarillo y azul (primarios), cuyas diferentes combinaciones generan el verde, el anaranjado y el violeta (secundarios). Como resultado de la absorción o el reflejo de la luz, surgen el negro y blanco respectivamente. Faber Birren (en Aparici y García-Matilla, 1989: 90-91) señala la simbología que irradian dichos pigmentos.

En el caso del rojo, el pigmento da la sensación de avanzar hacia la persona y acapara toda su atención. Al mismo tiempo, recuerda su agresividad -relacionada con la guerra- y su símil con la carne y la emoción, tanto por el amor como por la lujuria, el crimen, la rabia y la alegría. No obstante, cuando torna en rosa desprende amabilidad y condescendencia. Por otro lado, el azul denota infinidad, confianza y espiritualidad, así como placer, descanso y cierto aire aristócrata; mientras que en tonalidades más oscuras confiere frialdad, precisión y orden. De la combinación de ambos surge el violeta, altamente vinculado con la intimidad, la sublimación e intensos sentimientos, al igual que a la sexualidad y al poder. Asimismo, el amarillo refleja magnanimidad e inconstancia,

pero también se asocia tanto con la muerte y la precaución como con la mente y la vida que trae la luz solar. Además, está vinculado con el oro, la riqueza y felicidad, pero un amarillo sucio infiere traición. Su unión con el azul da lugar al verde, asociado al moho y la decadencia pese a ser el color de la vida, el equilibrio emocional y fenómenos sobrenaturales. De igual forma, se emplea para expresar lo positivo y negativo de la juventud, el amor, el follaje, la primavera y, como no, la naturaleza; de hecho, su fácil percepción lo relaciona con la estabilidad y seguridad.

Sin embargo, el enlace entre rojo y amarillo da lugar al anaranjado, que desprende las cualidades domésticas, seguridad y confort. También puede ser asociado con la fertilidad y la sexualidad, pero se encuentra más próximo al amarillo que al rojo. Por último, el blanco es la luz absoluta y, por tanto, se asocia con el día, la suerte, el nacimiento, la transparencia, la claridad y el porvenir; mientras que el negro está ligado a las tinieblas. A lo largo de la historia ha adquirido varias connotaciones, desde el continente africano, donde se ha ligado a la muerte y una representación de lo demoníaco, hasta la distinción, la elegancia y el poder occidental de los años 60's, sin olvidar el rechazo a la sociedad por parte del movimiento punk. Ahora bien, para resaltar estos colores y sus variantes es necesaria la luz. De acuerdo con Aparici y García-Matilla (1989: 80), sirve para “expresar sentimientos y emociones, crear una atmósfera poética, diferenciar distintos aspectos de una representación y resaltar la profundidad”. Es decir, dota de una importante carga subjetiva a la imagen y varía en función de su producción: luz natural o artificial. Mientras que la natural procede de la luz del día, la artificial se genera mediante lámparas y reflectores, lo que da lugar a la luz directa, que agrega sombras puntuales y contrastes, y la luz difusa, que ilumina todos los aspectos de la imagen aun con el riesgo de producir la sensación de planitud (Aparici y García-Matilla, 1989: 82).

No obstante, hay numerosas categorías comunes a ambos tipos de luz. Por ejemplo, la luz puede emplearse de forma realista o efectista, ya que en el primer caso se intenta reproducir de forma fiel la luz natural, pero en el segundo se buscan efectos tales como el contraluz, el claroscuro y la luz-sombra. Además, su calidad determinará la presencia bien de sombras duras y marcadas, bien de contrastes suaves, lo que se consigue a través del grado de dispersión de la luz: cuanto más puntual sea, mayor contraste, y viceversa. De esta manera, la luz dura se consigue gracias a fuentes naturales como el sol o artificiales como el flash, mientras que la luz suave lo hace a través de cielos nublados

o el reflejo de luces en techos y paredes. No es posible cerrar el aspecto luminoso sin considerar la influencia de su dirección. Mientras una luz frontal tiende a visibilizar todas las superficies y a suavizar las sombras, una lateral dota al personaje u objeto de volumen. Asimismo, la altura también influye, puesto que la luz alta o cenital suele generar sombras inadecuadas, como arrugas u ojeras, y la baja o en contrapicado produce un semblante amenazador al alargar las sombras. En resumen, a través de todas estas variantes, señalan Aparici y García Matilla (1989: 84), “la iluminación puede llegar a modificar el significado del objeto presentado cargándole de propiedades, atributos o cualidades que no posee”.

Como resultado, la imagen engloba los elementos descritos para generar, como apunta Frutiger (1981: 170), “una representación lo más natural posible, lo que capta o cree captar el ojo humano”. De hecho, el propio Subiela (2010: 23) entiende que “cada página de revista como una imagen en sí misma, formada a su vez por otras imágenes que serán las fotografías, las ilustraciones e incluso los bloques de texto de esa página”. No obstante, el simbolismo de una imagen fija surge a través de la estrecha relación entre los elementos presentes en ella, que según Aparici y García-Matilla (1989: 74), son el punto, la línea, la luz y el color. Estos, a su vez, pueden reflejarse mediante una ilustración o una fotografía. Es decir, a pesar de estos factores, la imagen de por sí también desprende un significado distinto en función del plano y la angulación⁵ (Aparici y García-Matilla, 1989: 94). Si el plano estructura el mensaje, la angulación determina el encuadre o punto de vista desde el que entenderlo. En este sentido, los Planos Generales resultan informativos, dado que ubican al espectador, pero cada clase de plano centra la información en un ámbito distinto. De esta forma, el Gran Plano General prima el entorno sobre personajes y objetos, mientras que el Plano General los muestra por completo.

Sin embargo, son los Planos Intermedios los que reflejan las relaciones entre ellos y, por tanto, presentan una visión más objetiva. Ejemplos de ello son el Plano Americano o Plano Tres Cuartos, donde el encuadre corta a los personajes por las rodillas, y el Plano Medio, que individualiza a la persona al presentarla hasta la cintura. Por último, los Planos Cortos son más expresivos que informativos. En especial a través del Primer Plano, que muestra la cabeza, cuello y hombros e interioriza al personaje, así como el Plano Detalle, donde la subjetividad surge a partir de un fragmento del objeto o personaje mostrado. Por

⁵ Disponible en Anexos, 5. Clasificación de imágenes según plano y angulación.

otro lado, la angulación puede tomarse desde tres puntos de vista: ángulo normal, picado y contrapicado. El ángulo normal representa un “enfoque a la altura de los ojos del observador”, lo que denota su carácter objetivo (Aparici y García Matilla, 1989: 98). Sin embargo, el plano picado puede desprender tanto funcional como insignificancia del personaje, puesto que consiste en observar desde una posición más elevada. De forma opuesta, el ángulo contrapicado expresa la adoración del personaje u objeto.

Pero más allá de la angulación y el tipo de plano, la imagen y, por ende, las formas que la componen, se rigen por la psicología de la Gestalt o *Gestapychologie* (Subiela, 2010: 50). Es decir, el modo en el que diferenciamos los objetos individuales de la uniformidad. Un proceso que, según David Katz (1961: 29), se rige por seis leyes⁶:

1. **La ley de proximidad.** “La unión de las partes que constituyen la totalidad de un estímulo tiene lugar, en igualdad de condiciones, en el sentido de la mínima distancia” (Katz, 1961: 29). Por tanto, tendemos a asociar la uniformidad entre los elementos más próximos.
2. **La ley de la igualdad.** “Si son varios los elementos activos de diferente clase, entonces hay *ceteris paribus*, una tendencia a reunir en grupos los elementos de igual clase” (Katz, 1961: 29). En resumen, agrupamos aquellas figuras de formas y/o colores semejantes, mientras que separamos las distintas.
3. **La ley de cerramiento.** “Las líneas que circundan una superficie son, en idénticas circunstancias, captadas más fácilmente como unidad que aquellas otras que se hallan unidas entre sí” (Katz, 1961: 30). Este efecto suele producirse mediante áreas delimitadas por triángulos, cuadriláteros y círculos.
4. **La ley de la buena curva o del destino común.** “Aquellas partes de una figura que forman una buena curva o tienen un destino común forman con facilidad unidades” (Katz, 1961: 30-31). En otras palabras, gracias a esta ley no asociamos distintas partes de objetos a uno mismo pese estar en contacto.
5. **La ley del movimiento común.** “Se reúnen aquellos elementos que conjuntamente se mueven del mismo modo o que se mueven reposadamente en oposición a otros” (Katz, 1961: 31-32). Pese a que en la imagen fija no se produce movimiento, sí existe esta percepción, sin la que los elementos en reposo generarían una sensación de caos.

⁶ Disponible en Anexos, 6. Representación gráfica de las leyes de la Gestalt.

6. **La ley de la experiencia.** La experiencia resulta de gran ayuda para la definición de formas, pero “no es solo la experiencia en este sentido biológico la que reconoce la psicología de la forma, porque también la experiencia individual modela nuestras vivencias” (Katz, 1961: 33). En consecuencia, habrá formas que solo podrán ser reconocidas por individuos que hayan sufrido una experiencia con ellas.

Sin embargo, Katz menciona unas páginas después una de las leyes de mayor relevancia olvidada en esta enumeración: la ley de pregnancia. Independiente de la experiencia individual, la pregnancia establece que “la organización psicológica será siempre tan excelente como como las condiciones dominantes lo permitan” (Koffka, en Katz, 1961: 45). Si por excelente entendemos los parámetros de regularidad, simetría, armonía, homogeneidad o equilibrio, tendemos a percibir las figuras de acuerdo a ellos. Por tanto, y a modo de ejemplo, si un ángulo oscila entre 87 y 93°, tenderemos a considerarlo como un ángulo recto (90° exactos).

4. El diseño editorial como disciplina

Si en el Capítulo I he tratado de describir de forma sintética el concepto del diseño, así como sus elementos y significado, ahora es momento de explicar su relación con la humanidad, su particular historia. Por tanto, una vez sentadas las bases para comprender en qué consiste el diseño editorial, resulta apropiado narrar su evolución y, en concreto, su especialización en revistas y magazines, así como su desarrollo en España y los movimientos culturales que lo han influenciado.

4.1. Historia del diseño editorial y de revistas

Como ya mencioné anteriormente, el diseño de revistas, junto con el de diarios, pertenece al diseño periodístico, que a su vez procede del diseño editorial. Por tanto, su origen remite a la aparición del propio diseño editorial, que surge, tal y como apunta Subiela (2010: 26), en 1455 de la mano de Johannes Gutenberg. Es cierto que, como reconocen Martín Montesinos y Mas Hurtana (2009: 23), en China ya se habían empleado los tipos móviles hacia el siglo IX, pero los más de 40.000 caracteres necesarios para su lenguaje comprometían su efectividad. Sin embargo, la imprenta de Gutenberg permitía desarrollar la mayoría de lenguajes a partir de menos de treinta letras. Aquel año, Gutenberg presentó *La Biblia de las 42 líneas*, el primer atisbo de diseño, cuyas líneas “están a dos columnas, tienen la misma anchura, las letras de cada palabra y las palabras entre sí, tienen también la justa separación y sus bordes forman líneas verticales exactas” (Martín Montesinos y Mas Hurtana, 2009: 23).

Los libros ya no eran únicos, pero la producción atrajo una demanda intensificada por la aparición de la prensa escrita en 1609, cuyas publicaciones exigían un gran trabajo de composición e impresión en un tiempo escaso. Hasta entonces, se editaban pequeños cuadernos de cuatro, ocho o dieciséis páginas que dieron lugar a “las relaciones u hojas de noticias, los libelos u hojas de opinión y propaganda, y los *canards* o relatos de hechos curiosos y extraordinarios” (Guillamet, 2004: 51). Aquellas hojas de noticias, que a la postre propiciarían el advenimiento de los primeros periódicos y gacetas, contaban con cuatro u ocho páginas, bien en un formato de cuatro, bien en uno de ocho cuya portada contenía el título y un grabado o ilustración en alusión al tema tratado. Esta demanda de la prensa a la imprenta se trasladó en el siglo XVI al público, quien requería encarecidamente nueva información. ¿La consecuencia? Jaume Guillamet (2004: 53) apunta a la aparición de las primeras hojas periódicas, primero de forma ocasional y, después, regular, como el *Nieuwe Tidinghe* (1610) de Amberes.

Conforme las técnicas de impresión evolucionaron hacia sistemas más veloces y eficaces, el diseño periodístico se hizo autónomo de los libros para incrementar el número de páginas y columnas -más homogéneas y escasas de márgenes-, así como reducir el cuerpo de los tipos. Así lo expresa Jesús Canga Larequi en Subiela (2010: 27), para quien este proceso venía motivado por la necesidad de “introducir el máximo de información en el mínimo de páginas, de modo que puedan ser producidas a diario”. En este contexto, señala Guillamet (2004: 56), nace la revista como las crónicas militares de finales del siglo XVI y principios del XVII, tales como *Mercurius gallo-belgicus* (1594) o *Mercure français* (1611). No obstante, el estancamiento del diseño editorial perdurará hasta comienzos del siglo XIX, momento en el que la impresión de libros y periódicos en toda Europa experimentó un auge sustancial. Una situación que, unida con la aparición de nuevas técnicas, terminó de escindir el diseño periodístico del editorial. Entre las más notables, sobresale el empleo del vapor como fuerza motriz desarrollado por Koenig en 1814 para *The Times*, que eliminaba la mano de obra y multiplicaba el número de copias. De esta forma, aquel diario revolucionó el diseño periodístico al poder imprimir mil copias por hora, dotar pocos pero amplios espacios para la publicidad y mover la sección de actualidad del final a primera plana. Dos años más tarde, Koenig y Bauer desarrollaron una prensa “de retirado” que permitía la impresión a doble cara simultáneamente (Sánchez Aranda, 2004: 82).

Ahora bien, la diferencia entre revistas y diarios se hizo patente debido a la litografía, desarrollada por el músico alemán Alois Senefelder y empleada desde 1797 para mejorar la calidad de las ilustraciones. Mientras los diarios ampliaban sus columnas y mantenían las líneas y filetes como únicos elementos gráficos, revistas como *The Observer* acompañaban la actualidad con dibujos desde finales del siglo XVIII. Sin embargo, la tendencia ilustrada de estas publicaciones la marcaría *Penny Magazine* en la Gran Bretaña de 1830, un camino seguido por múltiples revistas en distintas vías. La caricatura política, una de las más populares, dio un lugar para la historia a tres periódicos: *Caricature* (1830), *Charivari* (1832) y *The Punch* (1841). En los albores del despunte ilustrativo, los franceses Niépce y Daguerre comenzaron a trabajar en la próxima revelación periodística: la fotografía. En 1839, Daguerre -Niépce falleció en 1833- presentó el daguerrotipo ante la comunidad científica, un aparato con el que se conseguía fijar imágenes.

No sería hasta los años setenta del siglo XIX cuando se lograron las primeras placas sensibles. Mientras los diarios presentaban dificultades para mejorar esta técnica, las revistas, beneficiadas por su periodicidad más dilatada, conformaron un sector basado en los grabados. Tal y como describe Sánchez Aranda (2004: 103), “el encargado de obtener la instantánea se la entregaba al que se ocupaba de componer el diario o la revista, y este lo adaptaba según las exigencias técnicas de la máquina impresora”. Es decir, el editor se basaba en la imagen a la hora de reproducir su contenido en el grabado, por lo que no dejaba de ser una ilustración más, aunque más fidedigna a la realidad. Este proceso no puede denominarse fotoperiodismo debido a la falta de actualidad de los hechos, pero sí que supone el inicio de dicha disciplina. De hecho, así lo demuestra el fotorreportaje de James Robertson y Robert Fenton en la guerra de Crimea de 1855 y la incursión de las fotografías en los diarios a partir de la publicación de la primera -tomada unas horas antes- en *The New York Daily Graphic* (1880).

Una década antes, en 1860, las revistas introdujeron en el diseño periodístico un factor revolucionario: la litografía en color. De acuerdo con William Owen (1991: 17), dicha técnica nació de los experimentos de Jules Chéret en París y Londres y, a su vez, propició una amplia libertad artística sobre la que se cimentarían múltiples innovaciones venideras. Como vemos, a finales del siglo XIX se consolida el diseño periodístico, pero el desarrollo de los nuevos medios de comunicación a mediados del siglo XX supuso el auténtico punto de inflexión para los diarios. Mientras las revistas se dedicaban a una mayor experimentación del diseño, los periódicos habían pasado de otorgar mayor espacio a las ilustraciones, fotografías, titulares y márgenes en los años 20 a erradicarlos tras la Segunda Guerra Mundial. Armentia Vizuite (1999: 28) señala a la escasez de papel como motivo predominante, con lo que los diarios se vieron obligados a reducir sustancialmente el número de páginas. No obstante, la situación se prolongó hasta los años 60, cuando irrumpió la fotocomposición y los primeros sistemas de impresión *offset* en color.

Presionados por la pérdida de audiencia y publicistas ante la aparición de la televisión y su gran atractivo visual, las publicaciones diarias -y en especial los periódicos- tuvieron que introducir una serie de cambios fundamentales. Las fotografías tornaron su carácter de decorativo a informativo, se crearon los primeros departamentos de diseño, se unificaron los criterios de contenido y maquetación en manuales de estilo, se emplearon tipografías “modernas” para la titulación, se aumentó la cantidad de blancos

y comenzó la jerarquización de los contenidos (Armentia Vizuite, 1999: 31-32). De este modo, la introducción del color mediante el sistema *offset* en revistas fue definitiva durante 1980 en Estados Unidos y una década más tarde en España, pero los diarios, salvo el aclamado *USA Today* (1982), continuaron reticentes ante lo que consideraban un elemento de distracción para el lector. Finalmente, Subiela (2010: 28) apunta al uso del ordenador desde esta década como el colofón del diseño moderno, puesto que permite “ver en una pantalla, a la misma vez, textos e imágenes maquetados antes de enviarlos a imprimir”.

4.2. Breve historia de las revistas en España

Tal y como hemos visto en la cronología del diseño periodístico, las revistas son dignas herederas de las gacetas y España no supone la excepción. De acuerdo con el diseñador gráfico de *El País Semanal*, Diego Areso (2009: s.p.), la xilografía traspasa las fronteras españolas en 1830, lo que permite añadir imágenes en las publicaciones y, cuatro años después, aparece la primera revista: *Almanaque Pintoresco*. En 1835 nace *El Artista*, revista dirigida por Eugenio de Ochoa y Federico Madrazo que imitaba a la francesa *L'Artiste* y empleaba la litografía en sus ilustraciones. Sin embargo, Javier Hernández Vera (2002: 22-24) cita su nacimiento como tal hacia finales de siglo, debido a las facilidades “de publicación y distribución a mayor escala de ideas de los intelectuales [...] las diferentes leyes promulgadas para garantizar la libre expresión y circulación de ideas (Sagasta, 26 de junio de 1883)” y a los “factores de origen técnico”, tales como las mejoras de la industria de papel entre 1879 y 1919, la fundación de La Papelera Española en Bilbao en 1901 y la actualización de caracteres y la composición en 1913.

Por tanto, podemos concluir que el asentamiento del formato de dichas publicaciones se dio a finales del siglo XIX, aunque gracias a los avances tecnológicos ya aparecen revistas españolas a mediados de siglo, como *La Ilustración Española y Americana* (1869-1921). Poco después, en 1874, el diario fundado por Eduardo Gasset lanza *Los Lunes de El Imparcial*, “el suplemento periódico más importante hasta nuestros días” señala Areso (2009: s.p.). Más próxima a estas facilidades se encuentra *La España Moderna* (1889), revista cultural fundada por José Lazaro Galdiano que introdujo textos de Leon Tolstoi o Benito Pérez Galdós. Durante esta época, impulsan las revistas tanto el auge de la corriente modernista, que emplea elementos simbólicos y decorativos para la representación de multitud de temas, como la facilidad de replicar imágenes gracias a las nuevas técnicas de impresión y coloración.

Pero si de una revista ha de hablarse en el presente trabajo, esa es *Blanco y Negro*. Fundada por Torcuato Luca de Tena y Álvarez Ossorio en 1891. Esta publicación ilustrada imitaba a la alemana *Fiegende Blätter*, contaba con una gran plantilla de ilustradores y adquirió un gran prestigio. Además, fue pionera en el empleo del color, el papel couché y las fotografías en color (1912) en la prensa española. Otra publicación que cosechó gran éxito fue *Nuevo Mundo*, de José del Perojo, que contaba con reporteros gráficos y alcanzó los 266.000 ejemplares en 1909 (Areso, 2009: s.p.). También merece una mención especial la *Revista de Occidente*, creada por José Ortega y Gasset en 1915 con un formato que recordaba al libro. Su contenido inducía a un debate filosófico instigado por autores de renombre como Lorca, Alberti o Jorge Guillén (Hernández Vera, 2002: 25). Una vez asentado el formato de las revistas, la oferta se diversificó y nacieron revistas que versaban sobre temas cada vez más variados.

De este modo, en 1928 surge *Estampa*, que versaba sobre distintos temas con un fuerte carácter periodístico; pero también aparece *Destino* en 1937, revista falangista que se convirtió en una publicación cultural tras su adquisición por parte de José Verges. La guinda a esta extensión de contenidos llegó en 1944 de la mano de Eduardo Sánchez, fundador del semanario *¡Hola!*. Si bien en sus inicios las portadas estaban diseñadas por ilustradores de prestigio, Areso señala la selección de fotografías distribuidas por las productoras de cine de forma gratuita como clave de su éxito. De hecho, tal fue su hazaña que en 1994 alcanzó los 708.000 ejemplares impresos y en 1998 Reino Unido y Francia lanzaron sus propias versiones: *Hello!* y *Oh La!*. Al margen de la prensa rosa, la sátira española tardó en editarse hasta final de la dictadura franquista, donde sobresalen títulos como *Hermano Lobo* (1972) -inspirado en *Charlie Hebdo*- y *El Papus* (1973). Desde entonces, revistas como *Interviú* (1976), *Tiempo* (1982), *ELLE* (1986) o *MAN* (1987) han copado las estanterías de los quioscos con diseños cada vez más adaptados a las nuevas tendencias (Areso, 2009: s.p.).

4.3. Escuelas y movimientos culturales

Si nos fijamos en la breve cronología citada, se observa cómo las revistas se han visto influenciadas desde su origen por las escuelas artísticas del momento. Si bien aparecen a finales del siglo XIX, en aquellos tiempos Romanticismo y Modernismo definieron los moldes ilustrativos de estas publicaciones. Por tanto, resulta conveniente dedicar un apartado a las diferentes tendencias culturales susceptibles de conformar su diseño; en especial las relativas a la Edad Contemporánea, dado que nacieron en esta

época. De tal forma, nos basaremos en las corrientes artísticas que, según Areso, han influido históricamente en su diseño; así como en la profesora de Historia del Arte de la Universidad de Extremadura, María Pilar de la Peña Gómez.

Del Modernismo, Areso (2009: s.p.) subraya la sensualidad, su inspiración en las formas de la naturaleza -flores y animales- y un férreo rechazo del historicismo; una tesis que María Pilar de la Peña Gómez (2006: 162-166) acompaña y justifica debido a que nace de una sociedad en pleno progreso industrial, donde cualquier acontecimiento histórico se considera anacrónico, pasado, irrelevante. Por ende, solo surge en lugares donde la industrialización ha generado una poderosa clase burguesa, como Francia, donde recibe el nombre de *Art Nouveau*, o en Alemania, como *Jugendstil*. Algunas publicaciones⁷ que lo reflejan son la inglesa *The Studio* (1893), de Aubrey Beardsley, que cuenta con ramas, plantas y flores; y la alemana *Jugend* (1896), que da nombre al modernismo en Alemania y muestra formas sensuales, asimétricas y carnosas. Tras el comienzo del nuevo siglo, en 1908, el poeta italiano Filippo Tommaso Marinetti da a luz al Futurismo como respuesta a la necesidad de “acabar definitivamente con el pasado [...], rindiendo ahora un nuevo culto al ruido, a la velocidad y a la energía mecánica” (De la Peña Gómez, 2006: 172).

Del campo literario salta al artístico como resultado del Manifiesto Futurista publicado en 1909 por el propio Marinetti en París, donde resaltan palabras como “coraje”, “energía” y “temeridad” que se trasladarán al diseño en forma de dinamismo, maquinismo y apuesta por el progreso. Según Areso (2009: s.p.), en Inglaterra recibe el nombre de Vorticismo, caracterizado por la abstracción geométrica y la mezcla del cubismo, el futurismo y el constructivismo. De esta forma, la revista inglesa *Blast* 2 (1915), de Wyndham Lewis, contiene portadas donde las figuras geométricas representan la guerra y la industrialización; mientras que Marinetti emplea las letras alejado de toda regla gramática o de puntuación para conformar la sensación de movimiento en la italiana *Zang Tumb Tumb* (1912)⁸. Años más tarde, en 1916, nace el Dadaísmo en Zurich (Suiza), debido a que, como apunta De la Peña Gómez (2006: 176), era el punto de encuentro entre los exiliados por la Primera Guerra Mundial. El poeta rumano Tristán Tzara ejercía de portavoz de los descontentos con la sociedad actual y, acompañado de artistas que

⁷ Disponible en Anexos, 7. El Modernismo en las revistas.

⁸ Disponible en Anexos, 8. El Futurismo en las revistas.

compartían tal negatividad, conforman su propio movimiento: Dadá, una alegoría al balbuceo infantil.

El propio Tzara funda su magazine en 1917, bautizado como *Bulletin Dada* y que “rechaza todas las convenciones de la tipografía legible o la lógica composición de la página”⁹ (Areso, 2009: s.p.). En definitiva, reúne los aspectos principales de este movimiento artístico en su diseño: ironía, sátira, improvisación, caos, ruido y anarquía; acompañados de una estrecha relación entre la palabra y la imagen a través de collages o fotomontajes. No obstante, Marcel Duchamp es considerado el más radical del grupo debido a la inclusión de dos técnicas dadaístas: copiar una obra de arte de prestigio para modificarla con sorna y el *ready.made*, que consiste en extraer un objeto cotidiano de su contexto útil para introducirlo en otro cuya funcionalidad sea nula.

De forma coetánea, la revista holandesa *De Stijl*¹⁰ (1917), creada por Theo van Doesburg, da lugar al Neoplasticismo. De influencia calvinista, refleja el deber y la sobriedad propios de la religión, así como la “armonía del cosmos” a través de “las líneas rectas y los colores planos, pero dentro de una paleta muy limitada que solo incluye los primarios, el blanco, el negro y el gris” (De la Peña Gómez, 2006: 176). La intención radica en construir piezas asimétricas conformadas por rectángulos de distinto tamaño y color en vertical u horizontal, por lo que, como apunta Areso (2009: s.p.), el orden prima por encima del todo en una abstracción geométrica armónica. De un modo similar, el Constructivismo ruso emplea un método geométrico y preciso fundamentado tanto en el color negro y el rojo como en el movimiento suprematista, donde De la Peña Gómez lo engloba. Para ella, el Suprematismo se funda en 1913 a través de Casimir Malevich y dispone de las mismas bases del Constructivismo¹¹: la abstracción absoluta mediante lo totalmente puro y geométrico, en especial las formas simples y elementales (2006: 175). Pese a solo citar la revista *Merz* (1923), editada por Kurt Schwitters hasta 1932, Areso también destaca la creación de carteles propagandísticos de aclamados diseñadores, como el “Vence a los blancos con la cuña roja” (1919), de El Lissitzky.

El año en que se publicó aquella obra, Walter Gropius inicia el Funcionalismo en Alemania al fundar en Weimar la escuela arquitectónica denominada *Bauhaus* -o “casa de construcción”-. Su principal afán es “otro modo de vida basado en lo racional a través

⁹ Disponible en Anexos, 9. El Dadaísmo en las revistas.

¹⁰ Disponible en Anexos, 10. El Neoplasticismo en las revistas.

¹¹ Disponible en Anexos, 11. El Constructivismo en las revistas.

de un nuevo concepto de ciudad y de edificio, siempre con el auxilio del diseño industrial” (De la Peña Gómez, 2006: 183). Como consecuencia, dicha escuela promovió diseños modernos pero originales, fruto del trabajo en grupo entre estudiantes y profesores. En el campo del diseño de revistas, consideraban esenciales la geometría básica, la asimetría, el dinamismo y las tipografías *sans serif*, como la **Futura** o la **Universal**, donde la importancia recae en la legibilidad, no en la belleza. De acuerdo con Areso (2009: s.p.), sus miembros consideraban al diseño un instrumento de democratización al servicio del cambio social; reflejado en carteles como el relativo a la Exposición Bauhaus¹² (1923), por Fritz Schleifer. La conjugación de este movimiento con los otros abstractos que hemos visto -Dadaísmo, De Stijl (Neoplasticismo) y Constructivismo- dio lugar a un estilo intermedio, más neutral, denominado Estilo Internacional o Estilo Suizo. Su diseño, asimétrico y formado sobre una retícula en pro de la unidad visual, resulta, según Areso, socialmente útil. Es decir, rechaza la expresión personal y sitúa el espacio negativo como el factor crucial, tal y como puede apreciarse en portadas como la de *Bauen + Wohnen* en 1948, de Richard Paul Lohse o el cartel de Beethoven (1955), obra de Joseph Müller¹³.

Además, Max Miedinger, uno de sus miembros, desarrolló en 1953 la tipografía Neue Haas Grotesk, que cuatro años después pasaría a denominarse Helvética y se convertiría en fuente original de este movimiento. Mientras, al otro lado del Atlántico, Estados Unidos se nutría de artistas y diseñadores europeos que huían del Nazismo y la Segunda Guerra Mundial, lo que influyó en gran medida en la avanzada evolución del diseño de revistas allí. Así ocurrió con Mehemed Fehmy Agha, Director de Arte de *Vanity Fair* y de *Vogue* en los años 30, así como pionero en el uso de tipografías *sans serif*, fotografías en color, dobles páginas, portadas con una sola fotografía e imágenes “a sangre” -cortadas por la página-. De igual forma, Alexey Brodovitch ocupó dicho cargo en la revista *Harper's Bazaar* desde 1938 y, durante sus veinte años al frente, introdujo el magistral manejo del uso del espacio en blanco. En sus diseños, Brodovitch alternaba el tamaño de tipografías e imágenes, lo que producía una sensación rítmica con respecto a la revista¹⁴ (Areso, 2009: s.p.).

No obstante, el orden y la simplicidad perdieron influencia con la llegada de la posmodernidad, corriente que, según Areso (2009: s.p.), “rechaza la frialdad del

¹² Disponible en Anexos, 12. La Bauhaus en las revistas.

¹³ Disponible en Anexos, 13. El Estilo Internacional o Suizo en las revistas.

¹⁴ Disponible en Anexos, 14. La influencia europea en las revistas estadounidenses.

movimiento moderno [...], une bellas artes y cultura de masas, arte elitista y popular [...] y aprovecha la nueva libertad creativa del diseño por ordenador”. Es decir, propugna un rechazo hacia las normas vigentes y la frialdad propia del Modernismo, lo que también se refleja en publicaciones periódicas como la *Rolling Stone* o *The Face*¹⁵. Un juego transgresor entre lo tradicionalmente arraigado y las tendencias populares que, tras la venida del siglo XXI, ha amparado los progresos más actuales en el diseño, como el *glitch art*¹⁶, el *ruined*, el *color channel*, la doble exposición o la tipografía partida. Según el experto en diseño gráfico Emilio Romero (2018), el primero proviene del cine de terror, distorsiona una imagen de baja calidad y emplea una “expresión artística errónea dañada y confusa”.

Mientras, la tendencia *ruined*¹⁷ pretende rasgar, arrugar o desfigurar cualquier imagen para alterar su estado inicial, así como el *color channel*¹⁸ la distorsiona a través de sus colores para generar una sensación alucinógena. No obstante, en un nivel más complejo, la doble exposición¹⁹ consiste en “la fusión entre varias imágenes quedando perfectamente integradas” (Romero, 2018). Una técnica de gran impacto, al igual que la tipografía cortada²⁰, que borra parte las letras sin mermar su legibilidad.

¹⁵ Disponible en Anexos, 15. La posmodernidad en las revistas.

¹⁶ Disponible en Anexos, 16. *Glitch art* en revistas.

¹⁷ Disponible en Anexos, 17. *Ruined* en revistas.

¹⁸ Disponible en Anexos, 18. *Color channel* en revistas.

¹⁹ Disponible en Anexos, 19. Doble exposición en revistas.

²⁰ Disponible en Anexos, 20. Tipografía cortada en revistas.

5. El País Semanal, historia y análisis de portadas

5.1. Origen y consolidación de *El País Semanal*

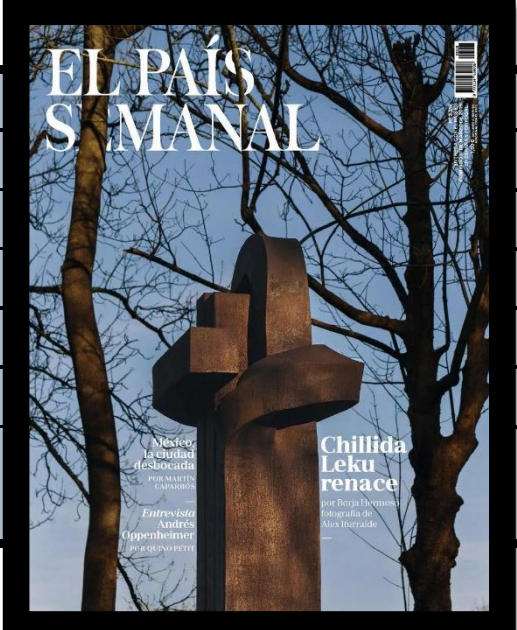
Tras haber especificado los correspondientes aspectos del diseño de revistas en los capítulos anteriores, estos serán aplicados en este apartado a un determinado número de ejemplares de un mismo suplemento: *El País Semanal*. Nacido el domingo 3 de octubre de 1976, surge como respuesta a las necesidades de un ciudadano que acaba de romper con 40 años de dictadura. Así lo expresa Jesús Rodríguez, periodista de *El País*, en su artículo “35 años, 35 historias”, donde describe cómo dicha publicación aborda de forma directa los problemas de una sociedad moderna. Su primer número, arropado por el titular “Abortar en Londres”, supone el inicio de una serie de temas críticos y revolucionarios que trascendían las páginas del diario al que debe su nombre.

Mientras la tónica periodística seguía vigente, *El País Semanal* potenció su diseño y disposición. Tal y como apunta Rodríguez (2011), “a finales de los ochenta, el gran reto [...] se iba a centrar en el diseño, y sobre todo en la fotografía, que pasaba de ser la actriz secundaria del reportaje a ocupar una posición central en la construcción de cada historia”. De esta manera, lo que empezó como un suplemento dominical ha llegado a convertirse en una revista cultural de alto nivel. Es por estos motivos, así como su accesibilidad y la amplia variedad de temas que dan pie a portadas de diseños dispares, por los que he seleccionado esta publicación frente a otras de amplio reconocimiento en el campo que nos ocupa, como *Metrópoli*, *Kinfolk* o *Tapas*.

En concreto, centraré mi estudio en las portadas de la revista, dado que supone el principal atractivo para el consumidor y acoge la vertiente más artística dentro del diseño editorial. Pese a la interesante evolución del formato de las cubiertas, que puede dividirse en once fases²¹, el análisis que presento a continuación centra su atención en doce números recientes: desde el 31 de marzo de 2019 hasta el 16 de junio del mismo año. Un periodo seleccionado debido a la actualidad y continuidad de los ejemplares, gracias a las que es posible observar las diferencias entre los elementos descritos en el marco teórico de forma coherente entre sí.

²¹ Disponible en Anexos, 21. Evolución del diseño de portadas de *El País Semanal*.

5.2. Análisis de las portadas de *El País Semanal*

Ejemplar		Nº 2.218
Fecha de publicación		31 de marzo de 2019
Tipo de imagen		Fotografía
Autor		Alex Iturralde
Titular de apertura		Chillida Leku renace
Género del tema principal		Reportaje
Titulares secundarios		1. México, la ciudad desbocada 2. Entrevista Andrés Oppenheimer

- Se trata de una fotografía que presenta el mimetismo de la obra de Chillida en el ambiente que la rodea. Por tanto, la imagen contiene un símil entre los árboles y la escultura, ya que esta pretende imitar la forma de sus troncos y ramas, pero de una forma geométrica, artificial. Precisamente, esta característica es la que genera la antítesis, puesto que, a través del encuadre, el diseñador Diego Areso enfrenta estos dos objetos, opuestos y constituidos por materiales distintos, en un mismo contexto: la naturaleza. Además, la forma de la escultura es obra humana, geométrica y simétrica, mientras que los árboles pertenecen a la naturaleza y se componen de formas irregulares y asimétricas. Es decir, se observan objetos distintos a la par que similares, por lo que conforman una paradoja y, a su vez, una alusión, dado que la forma de la obra imita la de los árboles que la rodean.

De hecho, esta relación podría suscitar una metonimia, debido a que la escultura se impregna del significado de los árboles por su relación de proximidad. No obstante, también puede interpretarse como una ironía, dado que el titular reza “Chillida Leku renace”, mientras que la escultura aparenta la forma de una lápida. Más evidente resulta la acentuación que impone dicha figura sobre el bosque, así como la endíadis, fruto de la equivalencia entre ambas formas, pese a su opuesta esencia. Por último, la imagen conforma tanto una epanadiplosis, donde los árboles la abren y la cierran, como un retruécano, que refleja la contradicción entre la obra humana y la naturaleza.

- La tipografía, al igual que en el resto de portadas, corresponde a la fuente Austin en el caso de la cabecera de la publicación, mientras que se emplea la **Madrid** para los titulares. Tal y como puede apreciarse, la primera corresponde a la familia de las romanas modernas, debido a su modulación axial y el marcado contraste entre trazos finos y gruesos. No obstante, contiene remates desproporcionados, aunque, como ya se ha mencionado, es habitual mezclar características propias de los subgéneros dentro de una misma tipología. Por tanto, este aspecto propio de las romanas antiguas está justificado. Por otro lado, la fuente **Madrid**, creada en exclusiva por el tipógrafo Mathew Carter para *El País Semanal* (El País, 2016), recuerda características de la tipografía egipcia gracias a sus remates suaves y redondeados. Sin embargo, sus trazos finos y la concisión en los remates apuntan a una romana atípica, cuyos límites se han interpretado de forma libre.
- El marrón -mezcla del anaranjado y el azul- combina con un azul oscuro pero pálido, como el inicio de un atardecer. Es decir, enfrenta la infinitud, superioridad y plenitud del cielo con el carácter doméstico y terrenal de los árboles y la escultura. Asimismo, la publicación emplea el blanco para la cabecera y los titulares, lo que aporta claridad y transparencia.
- El conflicto se acentúa con el uso de formas orgánicas, como los árboles, y artificiales, como la escultura. No obstante, va más allá, dado que se enfrentan la planitud y uniformidad del cielo con la profundidad y los límites de los objetos terrestres. Por tanto, la imagen impone la escultura de Chillida como una imitación limitada de dichos objetos, acotados de por sí, tras la inmensidad infinita del cielo.
- La composición fotográfica apoya esta tesis, dado que emplea una angulación normal con un leve y sutil contrapicado que establece el cielo como fondo único. Además, venera la obra de Chillida y su contraste con el entorno, apoyado en un Plano Americano que corta los objetos por la parte inferior. Finalmente, emplea una luz realista y lateral, lo que acentúa levemente las sombras de las figuras.
- La imagen propone juegos psicológicos reflejados en la Gestalt, como la ley de proximidad y la de pregnancia, por las que asociamos la escultura con los árboles debido a su cercanía y la armonía de colores; o la de igualdad, gracias a la que los equiparamos debido a la semejanza de color entre ambos.

Ejemplar	Nº 2.219
Fecha de publicación	7 de abril de 2019
Tipo de imagen	Fotografía
Autor	Iman Al-Dabbagh
Titular de apertura	El volante como símbolo
Género del tema principal	Reportaje
Titulares secundarios	1. La Iglesia no cambiará si no la cambian
	2. Los nuevos capos de la coca en Galicia



- A través de la imagen, Areso plasma el progreso de la mujer saudí en la sociedad a través de una concatenación visual, donde encadena el rostro de la mujer, el volante y la carretera a través del reflejo de sus gafas. Es decir, aparece una perífrasis, donde se vincula el automóvil omitido de la imagen con el volante reflejado en las lentes, y una sinécdoque, puesto que el propio volante representa todo el vehículo. Asimismo, dos contextos culturales tan distintos como el de la mujer árabe, relegada por la legislación saudí, y la conducción, un privilegio masculino, conviven en la escena y generan un anacronismo. Por último, se produce una acentuación del rostro femenino y sus facciones, esperanzadas ante la perspectiva de conducir.
- Todas las publicaciones comparten la misma familia tipográfica en una cabecera que, tan solo en ocasiones, varía su color. No obstante, la fuente de los titulares sí puede alterar su naturaleza y color en función del tema principal. De hecho, el estilo suele marcar el uso de la negrita y gran tamaño en el titular principal, así como la cursiva en las secciones que aparecen junto a los secundarios. Así ocurre en esta ocasión, donde “*François Ozon*” indica una entrevista y “*Reportaje*” el género homónimo. De esta manera, solo se incluirá el análisis tipográfico cuando se presente alguna excepción de este calibre.
- La paleta de este número se divide en tonalidades cálidas, ubicadas en el cristal de las gafas, y frías, en el resto de la portada. En las primeras sobresale el verde claro e intenso de la vegetación, asociado con la vida y la seguridad que presenta la protagonista al volante, así como un blanco azulado, vinculado con la claridad

de un futuro al alcance de su mano. Sin embargo, las segundas se aplican a su realidad actual, donde el azul marino del hiyab indica orden y seriedad.

- Las formas pueden dividirse en orgánicas, como las facciones faciales, las manos, el hiyab y las palmeras que se observan en el reflejo, y en artificiales, como las gafas de sol, el volante y la carretera. Es decir, las formas dominantes adoptan un carácter redondeado, desde la cabeza de la mujer hasta el volante, que conforman una concatenación a través de las lentes entre la razón de la cabeza, la vista de los cristales y el control del volante.
- La fotografía es un retrato, por lo que emplea un Primerísimo Primer Plano que profundiza en la protagonista a través de su sugerente sonrisa y el manejo del volante. A partir de una angulación normal y una luz natural, Al-Dabbagh podría haber elegido un Plano Detalle mostrando únicamente el reflejo de los cristales, pero escoge un encuadre más amplio, ya que el peso informativo de su sonrisa y el hiyab son esenciales para construir la escena.
- Esta concatenación puede llevarnos al error de no diferenciar el reflejo del volante respecto a la superficie del cristal, pero la ley de buena curva permite la separación de ambas imágenes a través de los límites del propio cristal. De hecho, esta secuencia infiere la ley de movimiento, puesto que transmite la percepción de trasiego a través de la carretera y el volante representados.

Ejemplar
Fecha de publicación
Tipo de imagen
Autor
Titular de apertura
Género del tema principal
Titulares secundarios



Nº 2.220
14 de abril de 2019
Ilustración
Juan Colombato
La nueva vieja derecha
Reportaje
1. Locura por el orden doméstico

- La ilustración muestra la transición del ámbito político conservador en España, amparada bajo la figura de José María Aznar. En concreto, se trata de siete bustos con evidente matiz caricaturesco en tonalidades grises sobre fondo negro, por lo que se produce una rima o repetición de patrones. Una deformación que introduce tanto la hipérbole como la preterición, puesto que indica, sin ahondar en ello, la inclinación de los líderes de Ciudadanos, Partido Popular y VOX hacia un tiempo pasado, más conservador. En definitiva, un mausoleo amparado por el estandarte del expresidente Aznar, quien, gracias a la acentuación, sobresale tras ellos, en una posición elevada y sobre la propia cabecera de la publicación. En este sentido, resulta evidente la similitud entre Albert Rivera, Pablo Casado, Santiago Abascal, Cayetana Álvarez de Toledo, Esperanza Aguirre, Jaime Mayor Oreja y Aznar, así como la alusión al Monumento Nacional Monte Rushmore, donde los presidentes George Washington, Thomas Jefferson, Theodore Roosevelt y Abraham Lincoln se encuentran esculpidos.
- La tipografía del titular principal no aparece en negrita con motivo del ya evidente contraste entre blanco y negro, así como tampoco se muestra la sección de los secundarios. Mientras, la cabecera viste un amarillo oscuro y pálido, probablemente como elemento diferenciador entre la escala de grises que reina en la ilustración.
- No obstante, esta tonalidad también puede asociarse con la riqueza y la traición, sinónimos de lo que Areso y el dibujante, Colombato, pretenden representar. De hecho, el gran detalle del dibujo contrasta con la sobriedad cromática que se articula desde un fondo negro. Un foso desde el que surgen las sombras

conservadoras de la política de española, representadas mediante un claroscuro donde la luz solo se emplea para resaltar su distinción, clasismo y antigüedad.

- El autor emplea figuras orgánicas, dado que dibuja los bustos de siete personas, pero no presenta elementos básicos como el círculo o la flecha, tan solo formas redondeadas que delimitan la presencia y las facciones de los políticos.
- Al tratarse de una ilustración, resulta arriesgado determinar el plano, la angulación y la luz empleada. Sin embargo, podemos concluir que se trata de un Plano Medio, puesto que individualiza a los políticos al cortarles por la cintura, y una angulación normal, donde sus ojos y los del espectador se encuentran a la misma altura.
- En el campo de la Gestalt, es notable la presencia de la ley de la pregnancia, ya que, pese a la caricaturización en los rostros de los políticos, logramos reconocerlos. Es decir, tendemos a omitir esta deformación en favor de la imagen real que conocemos gracias a la ley de la experiencia.

Ejemplar
Fecha de publicación
Tipo de imagen
Autor
Titular de apertura
Género del tema principal
Titulares secundarios



Nº 2.221
21 de abril de 2019
Fotografía
Vicens Giménez
Alma de tatuaje
Reportaje
1. La ansiedad que nos persigue
2. Apuestas: la vida en juego

- La modelo, escondida tras las alas que imita con sus manos, trae a primer plano la auténtica protagonista: la tinta que ha penetrado su piel. Una amalgama de tatuajes que riman entre sí y que Areso prima por encima de quien los porta, que queda relegada casi a un mero lienzo. Es decir, aparece la acentuación, así como la alusión de los tatuajes a las realidades con las que comparten forma, como las aves que vuelan en el dorso de sus manos. De hecho, estas conforman una metáfora, dado que representan unas alas a punto de extenderse, y una reticencia, ya que insinúan el deseo de ocultar el rostro de la modelo.
- La tipografía dispone de gran coherencia tanto en la cabecera como en el titular principal, pero los secundarios no adjuntan la sección a la que corresponden.
- Sobre un fondo gris claro, que desprende transparencia y claridad, se apoya la modelo cuyos tatuajes protagonizan el interés cromático. En concreto, la mayoría de ellos contienen el verde y el rojo, posiblemente por el carácter natural -flores y animales- y apasionado -rosas y expresiones faciales- de los mismos. Una mezcla que culmina con el anaranjado de los pájaros que cubren sus manos, lo que indica renacimiento y metamorfosis.
- Las formas orgánicas resultan las dominantes, ya que el diseño muestra la silueta de la mujer y sus tatuajes, entre los que destacan los pájaros, impresos en unas manos que, a su vez, conforman un ave con las alas extendidas.
- Un Primer Plano captado por la cámara de Giménez, donde muestra la cabeza, el cuello y los hombros de la modelo para remarcar su papel secundario con respecto a los tatuajes que porta, a través de una angulación normal. Por otro lado, resulta

evidente que la imagen se ha tomado en un estudio, por lo que la luz es efectista y frontal pero suave, con el objetivo de minimizar las sombras para contemplar cada dibujo de la piel.

- La psicología de la Gestalt aparece en la fotografía mediante la ley de proximidad, puesto que entendemos la ínfima distancia entre las manos como un todo, como las alas del fénix que renace; así como la ley de cerramiento, porque la tenue sombra que las rodea permite diferenciar una extremidad de otra.

Ejemplar
Fecha de publicación
Tipo de imagen
Autor
Titular de apertura
Género del tema principal
Titulares secundarios



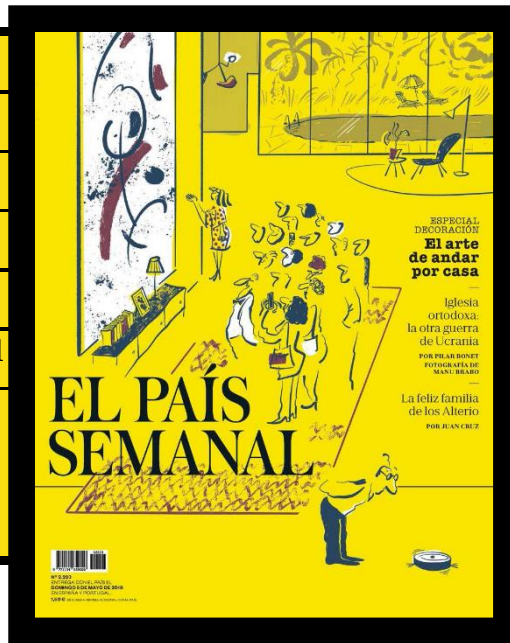
Nº 2.222
28 de abril de 2019
Fotografía
Jordi Adrià
Los árbitros nos abren la puerta del VAR
Reportaje
1. La Habana, la ciudad detenida 2. Experiencias sin límites

- La imagen presenta varias figuras retóricas, como la rima asonante, puesto que se repiten elementos geométricos y, en concreto, rectangulares, tanto en las paredes como en la pantalla y la silla. En consecuencia, Areso produce una rima entre dichos elementos, ya que el patrón es el mismo en todos ellos, y una endíadis, dado que las formas de los mismos son equivalentes pese a lo contrario de su esencia. Además, la presencia de estos objetos, diferentes pero similares, produce una paradoja donde la oficina del VAR supone una extensión del campo rectangular visionado a través de los televisores.
- Prácticamente toda la tipografía sigue la norma predefinida: letras en blanco, titular principal en negrita y secciones en cursiva. No obstante, se produce el efecto inverso en el Especial Lujo, donde el titular “*Experiencias sin límites*” aparece en cursiva. Una decisión que, probablemente, fuese motivada por el carácter exclusivo del reportaje.
- En el ámbito cromático, resulta evidente la contraposición que desea reflejar Areso entre la frialdad, confinamiento y abstracción del gris oscuro de las paredes con la viveza y naturaleza del verde del campo que se observa a través de los monitores. En resumen, el enfrentamiento entre la observación y la acción, la pasividad y la actividad, la virtualidad y la realidad.
- Esta tesis se sustenta en la aparición de tal número de figuras artificiales, todas rectangulares y simétricas, que la persona tras los monitores se camufla con ellas y forma parte del escenario. Además, las líneas que las delimitan son verticales y horizontales, por lo que transmiten quietud; todo lo contrario a las reflejadas en el

campo, diagonales que reflejan movimiento. Asimismo, los rectángulos de las paredes pueden ser identificados como columnas, pero transmiten la sensación tanto de los barrotes de una cárcel como de la rectitud del VAR.

- Estamos ante un Gran Plano General, en el que prima el entorno sobre los personajes, así como de una angulación normal, que evita distorsionar la geometría dominante. La atmósfera de rectitud y abstracción se completa con la luz efectista de los flexos. Una iluminación suave y cenital que cae sobre estas formas geométricas con la suficiente intensidad como para resaltar sus límites, pero fría como el gris al que da visibilidad.
- Según la Gestalt, la imagen se rige por la ley de igualdad, gracias a la que entendemos los rectángulos de paredes, suelo y silla como un todo y lo diferenciamos de los vivos monitores, así como por la ley de pregnancia, que nos hace olvidar la perspectiva y las curvas en favor de la rectitud de los polígonos rectangulares.

Ejemplar	Nº 2.223
Fecha de publicación	5 de mayo de 2019
Tipo de imagen	Ilustración
Autor	Lalalimola (Sandra Navarro)
Titular de apertura	El arte de andar por casa
Género del tema principal	Reportaje
Titulares secundarios	1. Iglesia ortodoxa: la otra guerra de Ucrania
	2. La feliz familia de los Alterio



- En esta portada, la imagen superpone una decoración hogareña a una exposición museística, donde cada elemento, desde el robot aspirador hasta el cuadro de Miró, es presentado como una obra de arte. Es decir, se produce una identificación entre ambas realidades, así como una rima entre los patrones de los visitantes a dicho museo, puesto que todos se encuentran incompletos y la forma de su cabeza es igual. Por tanto, aparece también una elipsis, donde el lector ha de rellenar las partes omitidas, y un asíndeton, ya que rompe los nexos corporales. Además, se presenta un símil en el cuadro con la obra de Miró y en la alfombra con la tela roja que pisan las estrellas de cine, así como una digresión, puesto que la autora desvía la atención del mensaje a través del robot y su encandilado observador. De hecho, esta escena supone un anacronismo, ya que enfrenta el contexto tecnológico, representado por el teléfono móvil y el robot, con el tradicional, expresado en el cuadro. Asimismo, también hallamos una ironía, puesto que atraen la misma admiración dos elementos opuestos, y una preterición, dado que ocurre de forma aislada, lejos del foco de atención, que critica de forma superficial la vulgarización del gusto humano.
- De acuerdo con la tónica desenfadada del reportaje principal, su titular contiene dos fuentes: la **Sentinel**, para indicar la sección “especial decoración” -sin cursiva-, y la **ITC American Typewriter Bold**, que aborda el titular en sí. Ambas derivan de la **Clarendon**, propia de la cabecera del diario al que pertenece la revista, por lo que comparten su naturaleza egipcia y suave reflejada en el flexible punto de unión y la tendencia a la uniformidad en su trazo.

- Al igual que los titulares, la cabecera torna su color al negro con el objetivo de ofrecer un mayor contraste y distinción respecto al fondo, cubierto de un amarillo intenso que refleja tanto la inconsistencia de personajes y objetos como la magnanimidad del piso mostrado. Por el contrario, la tonalidad oscura del azul marino, caracterizada por su frialdad y orden, se emplea para definir gran parte de una escena incompleta, desordenada y deforme -a excepción de los elementos rectangulares-, mientras que el rojo solo está presente en la alfombra. Sin embargo, ambos colores aparecen contenidos en el mobiliario predefinido y los dotan tanto de elegancia como de pasión, respectivamente.
- A su vez, estas siluetas pueden categorizarse como orgánicas, desde las palmeras y los incompletos asistentes hasta las lámparas o la butaca, y artificiales, como la alfombra, el cuadro o el robot. De hecho, salvo este último, todas las figuras artificiales están conformadas por rectángulos, que representan estabilidad y solidez. Mientras, la redonda máquina de limpieza despierta la sensación de movimiento propia de elementos similares como la rueda o el balón.
- Si bien es cierto que se trata de una ilustración, es posible determinar el Plano General sobre el que se sustenta, gracias a la importancia de los personajes en el mensaje que desea transmitir.
- Según la Gestalt, la combinación de elementos da lugar a la ley de cerramiento, dado que, de no ser por las líneas que dan forma a los armarios y delimitan las habitaciones, pensaríamos en estos como un todo debido a que contienen el mismo color -tal y como establece la ley de igualdad-. Además, se produce la ley de destino común, ya que, pese a que gran parte de las figuras están incompletas, los rectángulos que definen la cristalera los une la misma línea.
- Resulta evidente el cariz posmoderno de la portada, explicitado a través de la ausencia de centralidad de la mirada entre el público que admira el tradicional cuadro, pieza selecta de clases burguesas, y la persona que venera el moderno robot, común en cualquier hogar. No obstante, la presencia de colores primarios y la combinación de elementos geométricos la dotan de cierto aire funcionalista.

Ejemplar
Fecha de publicación
Tipo de imagen
Autor
Titular de apertura
Género del tema principal
Titulares secundarios



N° 2.224
12 de mayo de 2019
Ilustración
Vasco Mourão
El desafío de las ciudades
Reportaje
N/S

- En la portada aparece el titular de apertura sobre un fondo blanco, rodeado por una concatenación de edificios, algunos de los cuales se asemejan a los de grandes ciudades a través de citas, como la Puerta de Europa (Madrid) o la Torre Agbar (Barcelona). Asimismo, esta cadena de construcciones produce una rima, puesto que se cimenta bajo el mismo patrón de dibujo tridimensional, y una hipérbole, ya que genera una situación exagerada. De igual forma, existe una inversión, dado que los inmuebles se ubican en una superficie circular e ilógica, y un anacoluto, gracias a este orden surrealista que resta concordancia a la imagen. Por último, existe cierta reticencia en la composición, ya que evoca la idea o sensación del abismo al que aboca la masificación urbanista.
- En cuanto a la tipografía, el diseño opta por omitir cualquier titular secundario en favor del principal, cuya fuente ha cambiado a la **Ballinger Mono X-Bold** en negro. De naturaleza incisa, gracias a su trazo modulado y el atisbo de pequeños remates, es escogida, probablemente, debido a su aspecto aséptico, rígido y geométrico, muy similar a los ejemplos arquitectónicos que se muestran a su alrededor. Además, se incluye un subtítulo del reportaje principal con motivo de su especial importancia bajo el mismo patrón tipográfico, pero sobre un subrayado amarillo, al igual que la cabecera, cuya única variación reside en su color negro.
- La función de dicho amarillo reside en resaltar los dos fragmentos de texto, mientras que el blanco del fondo y el negro del trazo conforman un gris oscuro

gracias a su proximidad, lo que transmite confinamiento, asfixia y ausencia de libertad.

- Todas las formas que se muestran son artificiales, ya que representan edificios geométricos, en su mayoría rectangulares, lo que transmite una solidez asfixiante. Asimismo, el entramado de estas estructuras produce una forma circular que refleja la infinitud o eternidad de un modelo urbanista imparable.
- La portada emplea un Gran Plano General, donde el entorno contiene la carga informativa, así como un juego entre la angulación en picado y contrapicado que sitúa al espectador sobre un vacío inevitable y, a la par, ante una salida al final del angosto túnel urbanita.
- Como resultado, esta concatenación arquitectónica contiene la ley de proximidad de la Gestalt, puesto que asociamos la uniformidad de los edificios concomitantes, así como la ley de igualdad, ya que todos comparten el mismo trazo y color. Además, aparecen la ley de destino común, debido a que las líneas que comparten destino forman unidades, y la ley de pregnancia, dado que, si nos fijamos bien, el trazo no es recto, pero a la vista lo aparenta.

Ejemplar
Fecha de publicación
Tipo de imagen
Autor
Titular de apertura
Género del tema principal
Titulares secundarios



N° 2.225
19 de mayo de 2019
Fotografía
Carlos Spottorno
Viaje a Libia, el país desgarrado
Reportaje
1. Activistas por el voto 2. Entrevista a la escritora de la vida cruda

- A través del contraste, Areso presenta el gris decadente y marchito de un hogar de Libia ante la colorida riqueza natural del país. Es decir, se produce un anacronismo entre ambas realidades, además de una rima de formas rectangulares y una paradoja que confronta dos escenarios diferentes en el mismo lugar. No obstante, la fotografía se erige como una antonomasia, donde el interior de la casa corresponde a Libia, mientras que la puerta se encuentra abierta al Mediterráneo, mar al que se ven abocados sus ciudadanos para emigrar. Gracias a la acentuación, el diseñador remarca esta situación, ya que la playa se encuentra delimitada por el marco de la puerta y sus colores intensos confrontan con la palidez del interior. Asimismo, esta idea se presenta en la imagen de forma sutil y poco evidente, obligando a que el espectador la desarrolle, por lo que conforma tanto una reticencia como una preterición.
- La tipografía cumple todos sus requisitos a excepción del último titular secundario, donde el nombre de la entrevistada aparece en cursiva en lugar de la sección correspondiente, con el objetivo de destacarla.
- En el aspecto cromático, el diseño enfrenta la palidez y decadencia del marrón oscuro que cubre la agujereada pared desde la que se toma la instantánea con la viveza propia de los intensos colores de la vegetación, la arena y el Mediterráneo. Es decir, sitúa al espectador en una paleta marrón que mezcla las propiedades del anaranjado y el azul, por lo que la seguridad, el confort y el hogar se han convertido en riesgo, hacinamiento y decadencia. Frente a esta situación, una puerta se abre y ofrece una salida al frío e infinito azul del mar y a la oportunidad y la vida del verde vegetal. Sobre ellos, el azul cian del cielo aporta paz, pero

también la eternidad de un viaje cuyo destino puede no ser diferente del que se huye.

- Las formas artificiales se encuentran tras la puerta. En concreto, se trata de rectángulos que transmiten la sensación de rigidez y estabilidad tanto de la estructura como de su precariedad. En contraposición, las formas orgánicas se observan en el exterior, desde el oleaje y la arena hasta la vegetación. No obstante, también se hallan letras árabes en la puerta y bolsas apiladas a sus pies, que representan las huellas de la civilización.
- La fotografía se ha tomado desde un Plano Medio que no muestra el escenario de forma amplia, sino que corta el suelo y centra su atención en la profundidad que transmite la abertura de la puerta desde una angulación normal. Para completar la imagen, se emplea una luz realista y frontal pero suave, ya que no se muestran sombras muy pronunciadas.
- Según la Gestalt, la imagen sigue la ley de cerramiento, gracias a la que los rectángulos que conforman la pared son captados como unidades individuales, y la de destino común, ya que todos los rectángulos comparten un destino común: la abertura de la puerta, lo que la distingue de los demás pese a estar en contacto.

Ejemplar
Fecha de publicación
Tipo de imagen
Autor
Titular de apertura
Género del tema principal
Titulares secundarios

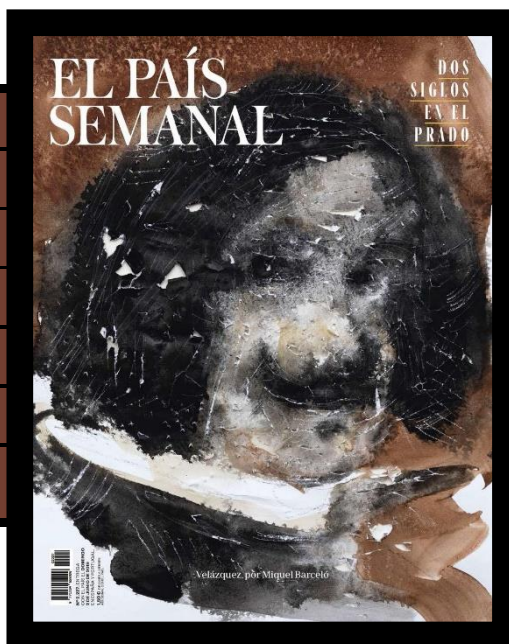


Nº 2.226
26 de mayo de 2019
Fotografía
Samuel Sánchez
Odisea en el Ártico
Reportaje
1. Buenos Aires, la ciudad abrumada

- La imagen de portada centra su atención en la potencia visual del hielo ártico. De hecho, de no ser por las vallas naranjas, no nos percataríamos del barco que lo cruza. Por tanto, Samuel Sánchez incluye en su fotografía una continuidad entre el barco y el hielo, dado que ambos se mimetizan a través del blanco roto, así como una elipsis, puesto que omite la mayor parte del crucero en favor de la potencia visual del océano ártico. En consecuencia, se produce una acentuación del océano helado, así como una reticencia, ya que insinúa la insignificancia del ser humano en comparación con la fuerza de la naturaleza. En concreto, esta idea se evidencia gracias a la antítesis que confronta la representación del ser humano bajo un abrigo negro y la blanca inmensidad ártica.
- Mientras la cabecera contrasta con el blanco roto del hielo a través del negro, los titulares mantienen su blanco original, dado que en el lateral derecho se abre una grieta lo suficientemente amplia que permite encajarlos. Además, también varía el número de titulares secundarios, puesto que solo aparece uno de ellos y sin su correspondiente sección en cursiva.
- En cuanto al color, el blanco está presente en prácticamente toda la imagen y refleja la pureza de un territorio virgen y salvaje, mientras que el azul oscuro que se observa en la grieta representa la frialdad del océano, pero también vida y movimiento. Asimismo, el negro del abrigo que viste la persona acentúa su minúscula presencia con respecto a la inmensidad blanca, mientras que el anaranjado del barco representa el hogar, la seguridad y el confort.

- Gracias a la fragmentación del hielo, es posible discernir formas orgánicas en el océano ártico, así como la persona sobre lo que parece la popa. No obstante, la presencia del barco propicia la aparición de formas artificiales, como las vallas rectangulares, que transmiten estabilidad y solidez, y el equipamiento cuadrado, que connota firmeza.
- Se trata de un Plano General, puesto que la inmensidad ártica comparte protagonismo con la persona que la cruza gracias a las máquinas que ha logrado desarrollar. De hecho, este efecto se refuerza con una angulación en picado, que transmite la insignificancia del personaje, así como una luz realista, cenital y suave que evita cualquier sombra que pueda desviar la atención de la imagen.
- Si atendemos a la psicología de la Gestalt, resulta evidente la ley de cerramiento, que nos permite distinguir los fragmentos de hielo, así como la ley de destino común, gracias a la que podemos separar el suelo nevado del barco y el hielo del océano. Además, la ley de movimiento común se representa de forma fidedigna gracias al oleaje y espuma que genera el motor del barco.

Ejemplar
Fecha de publicación
Tipo de imagen
Autor
Titular de apertura
Género del tema principal
Titulares secundarios



N° 2.227
2 de junio de 2019
Ilustración
Miquel Barceló
Dos siglos en El Prado
Crónica
N/S

- En esta edición especial, la portada presenta un retrato de Diego Velázquez, obra de Miquel Barceló. A través de formas suaves, imprecisas y, en algunos puntos, rasgadas, Barceló reconstruye el perfil del pintor sevillano. Este tributo supone una sutil ironía, dado que las obras de Velázquez poseen un gran detalle en su trazo. Sin embargo, la pintura de Barceló es todo lo contrario: desde los difusos límites del busto hasta la inclusión de la elipsis mediante la supresión de fragmentos del lienzo. A su vez, estos huecos suponen un anacoluto, porque restan concordancia a la obra.
- En el aspecto tipográfico, esta portada rompe todos los esquemas previos, al igual que la obra representada. No solo omite todos los titulares secundarios en favor de un subtítulo que mantiene la fuente **Madrid**, sino que añade un subrayado amarillo al titular principal, cuya fuente cambia a la **VINCENZO BOLD**, de naturaleza romana y moderna gracias a la alternancia entre trazos gruesos y finos y su modulación axial.
- Se trata de un retrato en Primer Plano, calibrado mediante una angulación normal, cuya única luz procede del blanco del lienzo.
- La Gestalt se manifiesta a través de la ley de la igualdad, gracias al que asociamos el gris a la cara del pintor de las Meninas, el negro a su pelo y su gabardina y el blanco al cuello. Además, la experiencia del lector es esencial, puesto que, de no ser por el bigote, su reconocimiento sería más difícil. De hecho, la ley de pregnancia se sustenta en la anterior para definir los imprecisos trazos que Barceló plasma en su obra.

- Barceló, de la escuela neoexpresionista, algo evidente en su burdo trazo, incluye ciertas tendencias posmodernas, como el *ruined*, mediante el que omite fragmentos de una imagen que, de por sí, parece rasgada.

Ejemplar		N° 2.228
Fecha de publicación		9 de junio de 2019
Tipo de imagen		Fotografía
Autor		Stefan Kohli
Titular de apertura		C. Tangana, la conquista del oeste americano
Género del tema principal		Perfil
Titulares secundarios		1. Marta Vieira, la reina del fútbol 2. Disfrute verano

- La portada de Areso muestra a un joven apoyado sobre el lateral de un deportivo, mientras mantiene una mirada y una expresión facial de pasividad e indolencia. De hecho, su posición relajada pero dominante resulta una clara alusión al modelo Pimp²² en la cultura de Estados Unidos, precisamente donde se encuentra. A pesar del desenfoque sobre el fondo, que da pie a la acentuación del personaje, se identifican unas palmeras que remiten al titular: el oeste americano, Los Ángeles. Asimismo, se produce una elipsis, puesto que se evita mostrar la totalidad del coche en favor de la figura que se sostiene en él.
- Mientras todos los titulares aparecen en negro y los secundarios carecen de su sección en cursiva, el especial torna su fuente a la Jules Text. En concreto, se trata de una romana de transición debido a la uniformidad del trazo, la modulación inclinada que demuestra y la proporcionalidad de sus remates; elegantes cualidades que no la hacen idónea para el contenido que refleja.
- La imagen presenta en gran medida un degradado azul cian, que representa tanto la infinidad del paraíso californiano como los altos estratos sociales que allí habitan. Unos valores subrayados por el verde de las palmeras, que no solo refleja la vegetación emblemática de Los Ángeles, sino también la viveza y juventud que parecen contagiar al protagonista. Por último, tanto la ropa que viste como el coche sobre el que se apoya se nutren de un negro que, lejos de connotaciones

²² Pimp representa a un chulo en el negocio de la prostitución.

negativas, da a entender un punto medio entre la elegante sobriedad y el atractivo caos.

- Aparecen formas orgánicas, como son el personaje y las palmeras, y artificiales, contenidas en el coche, donde el volante dibuja una semicircunferencia y el parabrisas, retrovisor y asiento un rectángulo. Asimismo, la postura del artista nos recuerda a la clásica imagen del Pimp y la osadía de los OG's²³ de mediados de los 80's.
- Consiste en un Plano Americano que corta al artista por las rodillas, enfocado desde una angulación levemente en contrapicado, que confiere la imagen de poder y superioridad que desea transmitir. Una combinación que, acompañada de una luz realista, lateral y suave, permite vislumbrar en todo su esplendor una actitud tan desenfadada como lasciva y confiada.
- La vigencia de la Gestalt se ve acentuada en esta fotografía hasta tal punto en el que, únicamente, aparece la ley de buena curva o destino común, que permite discernir en qué punto termina el parabrisas y en cuál comienza el brazo del artista.
- En definitiva, la instantánea está dotada de un intenso carácter posmoderno, puesto que representa cómo la tradicional figura del proxeneta es redefinida a través de la imagen transgresora de la juventud. Es decir, bajo un perfil moderno subyace una actitud propia de un tiempo pasado, lo que produce una contradicción enmarcada en la ciudad de Los Ángeles, donde convive este conflicto.

²³ OG's significa Original Gangsters en la jerga americana.

Ejemplar		Nº 2.229
Fecha de publicación		16 de junio de 2019
Tipo de imagen		Fotografía
Autor		Oliver Haupt
Titular de apertura		La jugada maestra del ajedrez en España
Género del tema principal		Reportaje
Titulares secundarios		1. Los Javis: “La fama nos pasó como un huracán” 2. El crimen más cruel del IRA

- El diseño de portada transmite la toma de decisiones que los humanos debemos realizar en la vida, nuestra particular partida de ajedrez, donde algunas fichas desaparecerán por el camino. Es decir, se produce una metáfora entre las partidas de ajedrez y el futuro de la niña, además de una concatenación y una rima, ya que, tras la esta, la escena se repite sucesivamente, como si de un espejo superpuesto se tratara. Una idea que asemeja el rostro visible con el de los demás, pero le hace protagonista de la escena en un ejercicio de acentuación. Mientras, el escenario desaparece por elipsis, pero imaginamos cómo se completa: cientos de niños absortos en su particular jugada, donde subyace la idea del futuro de este deporte. Una idea que, asimismo, enfrenta lo clasista de un juego tan adulto con la vanguardia de la juventud infantil gracias al anacronismo.
- A excepción de la ausencia de secciones en cursiva, que obvia hasta la parte de “Los Javis” en el primer titular secundario, el ámbito tipográfico de esta portada cumple las directrices mencionadas, desde la negrita del titular principal hasta la blanqueza y fuente de todos los escritos.
- La imagen se encuentra cubierta, en su mayoría, por un marrón claro que deriva del anaranjado y que, en este contexto, representa la seguridad de un espacio dedicado al ejercicio del ajedrez y la proyección de quienes se acomodan en él. Ahora bien, si el foco se centra en la protagonista -al igual que el resto de infantes-, destacan el rojo de su jersey, que denota su tenacidad y decisión, y el blanco de

su polo, símbolo de la inocencia, transparencia y pureza infantil. Sin embargo, en la partida de ajedrez, puede asociarse con la bondad y justicia, en contra de las fichas negras que enfrenta la niña, que encarnan al enemigo.

- Las únicas formas orgánicas que aparecen son los niños, mientras que las artificiales se dividen en las figuras del ajedrez, donde priman los triángulos y los círculos en señal de alarma, y en los cuadrados del tablero, que connotan su estabilidad.
- La portada es un Primer Plano que refleja las emociones internas de la protagonista a través de un ángulo normal, así como de una luz realista, lateral y semidura, dado que genera sombras que tienden a oscurecer parte de sus rasgos en una alegoría al ajedrez.
- Pese a la riqueza expresiva de la imagen, no se detectan leyes de la Gestalt. Sin embargo, no cabe duda de los tintes posmodernos que florecen en ella, ya que enfrenta la aristocracia del ajedrez con una juventud cada vez más amnésica respecto a los juegos tradicionales.

6. Conclusiones

Como clausura del presente trabajo, se exponen a continuación una serie de conclusiones. Tal y como se planteaba en la introducción del mismo, el diseño de revistas conforma un lenguaje propio, pero también arroja algunas cuestiones inesperadas. En primer lugar, serán presentadas las conclusiones relativas al marco teórico, conformado por los cuatro primeros capítulos, para, finalmente, terminar con cuestiones estrictamente ligadas al diseño de la revista *El País Semanal*.

- El diseño de revistas se entiende como un lenguaje visual propio de la cultura occidental. Si bien resulta innegable la herencia de la prensa diaria en su formato, también lo es la predominancia visual en cualquiera de los géneros que se encuentran entre sus páginas. Tal y como se ha visto en el Capítulo III, la aparición de estructuras visuales que no solo organizan el texto, sino el propio espacio de estas publicaciones periódicas, se encuentra frecuentemente ligado a la tradición occidental. A pesar de las concomitancias entre naciones acerca de las figuras abiertas y cerradas, sus significados como símbolos se atribuyen a una misma cultura geográfica y que, gracias a la globalización del mercado, ha traspasado las fronteras del continente europeo. Resulta evidente el atractivo de la simbología asiática, pero las tendencias culturales descritas en el Capítulo IV demuestran cómo incluso Estados Unidos, como ocurre en otras artes, se ha nutrido de ellas y sus artistas debido al éxodo europeo propiciado por los conflictos y posteriores periodos de crisis entre países.
- La tipografía puede determinar el carácter de una revista. Si bien todos los elementos gozan de su importancia, la tipografía delimita el contexto, carácter y público al que va dirigida la publicación. A través de sus remates, modulación, uniformidad, tamaño y grosor puede apelar desde un adolescente vegetariano hasta un jubilado. Por ejemplo, una romana antigua como la Minion se asocia a un público adulto, culto y tradicional, mientras que una palo seco grotesca como la **Orbitron** se dirige a una comunidad científica.
- La comprensión del diseño de revistas se sustenta en la semiótica, la retórica y la psicología de la percepción. Tal y como se ha observado en los Capítulos II y III, estas disciplinas pueden ser explicadas desde un aspecto visual y, por tanto,

aplicadas al diseño de revistas. Además, su uso genera una complicidad con el lector, para quien resulta más sencillo y atractivo interpretar una imagen con la que, culturalmente, puede conectar. En definitiva, resultan esenciales para establecer un lenguaje común entre imagen y receptor.

- A lo largo de los análisis de *El País Semanal*, ha quedado demostrado cómo el diseño y las normas que establece son opuestos. Por mucho que desde un comienzo se marque una tipografía y color específicos, el diseño sirve al contenido y, por tanto, debe variar en busca de la máxima concordancia con este. Asimismo, deben existir ciertos límites fijos -como la fuente de la publicación- con el objetivo de no distraer al lector, ya que, parte de la concordancia con el contenido consiste en delimitar un marco del que no conviene escapar. En consecuencia, el diseño debe ser libre dentro de un amplio límite, dado que de lo contrario bien resultaría monótono, bien incoherente.
- Por último, en las ilustraciones dispone de mayor carga informativa el color que el trazo de formas y figuras, puesto que la incorrecta combinación cromática puede conllevar una contradicción que aleje al lector de la publicación. Al igual que la tipografía, una coherente paleta de colores en línea con el mensaje que se desee transmitir es esencial para que funcione. Como ejemplo, la confrontación del amarillo intenso y el azul marino resulta nefasta, puesto que sus propiedades, que derivan de su composición cromática, se repelen en gran medida. No obstante, blanco y negro, que resultan totalmente opuestos, combinan bien por su semejanza invertida.

7. Bibliografía

Acaso, M. (2009). *El lenguaje visual*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

Aparici, R. y García-Matilla, A. (1989). *Lectura de imágenes*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.

Areso, D. (17 de febrero de 2009). *Grandes movimientos artísticos y el diseño de revistas en el siglo XX* [Diapositivas de Issuu]. Obtenido de <https://issuu.com/diegoareso/docs/uc3mhistoriaestiloscc>

Areso, D. (17 de febrero de 2009). *Historia de las revistas en España* [Diapositivas de Issuu]. Obtenido de <https://issuu.com/diegoareso/docs/uc3mhistoriahispaniacc>

Aristóteles. (1999). *Retórica*. Madrid, España: Gredos.

Armentia Vizuet, J. I. (1999). *Diseño y periodismo electrónico*. Bilbao, España: Universidad del País Vasco.

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

Barrera, C. (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona, España: Editorial Ariel, S.A.

Birren, F. (1978). “El gran libro del color” en Aparici, R. y García-Matilla, A. *Lectura de imágenes*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.

Canga Larequi, J. (2010). “El diseño periodístico en prensa diaria” en Subiela, J. B. *El diseño de revistas como lenguaje: fundamentos teóricos* (Tesis doctoral). Universidad Católica San Antonio, Murcia, España.

De la Peña Gómez, M. P. (2006). *Manual básico de Historia del Arte*. Cáceres, España: Universidad de Extremadura.

Durand, J. (1982). “Retórica e imagen publicitaria” en Metz, C., Eco, U., Durand, J., Péninou, G., Morin, V., Du Pasquier, S.,...Schefer, J. L. *Análisis de las imágenes*. Barcelona, España: Ediciones Buenos Aires.

El País. (3 de abril de 2016). ‘El País Semanal’ revoluciona el domingo. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2016/04/01/eps/1459537256_418839.html.

- Ferrer, E. (1999). *Los lenguajes del color*. México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Frutiger, A. (1981). *Signos, símbolos, marcas y señales*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- García Barrientos, J. L. (2000). *Las figuras retóricas, el lenguaje literario 2*. Madrid, España: Arco Libros.
- Guillamet, J. (2004). “De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX” en Barrera, C. (Coord). *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, España: Ediciones de la Torre.
- Hernández Vera, J. (2002). *El diseño de revistas. Las publicaciones periódicas de investigación de la ULL*. Santa Cruz de Tenerife, España: Universidad de la Laguna.
- Joly, M. (2009). *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires, Argentina: La marca editora.
- Katz, D. (1961). *La psicología de la forma. Gestaltpsychologie*. Madrid, España: Espasa-Calpe S.A.
- Koffka, K. (1961). “Principles of Gestalt Psychology” en Katz, D. *La psicología de la forma. Gestaltpsychologie*. Madrid, España: Espasa-Calpe S.A.
- Lallana, F. (2000). *Tipografía y diseño: preimpresión digital de diarios*. Madrid, España: Síntesis.
- Loxley, S. (2007). *La historia secreta de las letras*. Valencia, España: Campgràfic.
- Martín Montesinos, J. L. y Mas Hurtana, M. (2009). *Manual de Tipografía, del plomo a la era digital*. Valencia, España: Campgràfic.
- Owen, W. (1991). *Diseño de revistas*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Perelman CH. y Olbrechts-Tyteca L. (1989). *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*. Madrid, España: Gredos.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española (Edición del Tricentenario)*. Barcelona, España: Espasa.

Rodríguez, J. (27 de noviembre de 2011). 35 años, 35 historias. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/diario/2011/11/27/eps/1322378809_850215.html.

Romero, E. (11 de junio de 2018). 5 tendencias en diseño gráfico en 2018. *Revista digital INESEM*. Recuperado de <https://revistadigital.inesem.es/disen-y-artes-graficas/5-tendencias-en-diseno-grafico-2018/>.

Samara, T. (2009). *Los elementos del diseño*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Sánchez Aranda, J. J. (2004). “Evolución de la prensa en los principales países occidentales” en Barrera, C. (Coord). *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, España: Ediciones de la Torre.

Subiela, J. B. (2010). *El diseño de revistas como lenguaje: fundamentos teóricos* (Tesis doctoral). Universidad Católica San Antonio, Murcia, España.

Zimmermann, Y. (2002). *Del diseño*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Zorrilla Ruiz, J. (2007). *Introducción al diseño periodístico*. Pamplona, España: EUNSA.

Wong, W. (2014). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Gustavo Gili.