

TENDENCIAS

ES



La evolución en el diseño de portadas

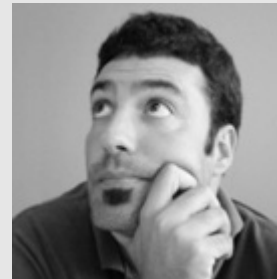
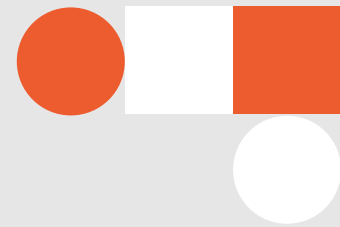
Autor: Quique López

ES DESIGN
ESCUELA SUPERIOR
DE DISEÑO
DE BARCELONA

De:

Planeta Formación y Universidades

Autor



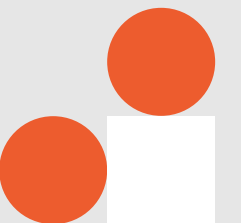
Quique López

Director de programa en ESDESIGN

Licenciado en Ciencias de la Información, Publicidad, por la Universidad Politécnica de Valencia; diplomado en Sociología por la Universidad de Alicante y graduado en Fotografía por la Escuela Cardenal Herrera CEU, Máster en Artes Gráficas por la UPV y Master en Tipografía Avanzada por la escuela Eina.

Tras trabajar como freelance durante más de 15 años para clientes directos y agencias de publicidad, en 2016 funda el estudio que actualmente dirige, Pino (www.pino.design), desde donde realizan proyectos multidisciplinares en el ámbito del diseño para clientes como Cauchos Karey, Wyndham Hotels, Burger King UK, entre otros. Miembro del Col·lectiu Muuu, impulsores y organizadores de la Escola Muuu. Evento anual donde, desde 2006, se han dado cita grandes diseñadores y un largo etcétera de invitados y conferenciantes. www.escola-muuu.com.

Miembro del jurado de la modalidad Imagen Corporativa en el certamen de creatividad Valencia Crea 2005, 2006 y 2007. Jurado Laus, categoría Estudiantes en la edición 2014.



La evolución en el diseño de portadas

Portada

1. f. Ornato de arquitectura que se hace en las fachadas principales de los edificios suntuosos.
2. f. Primera plana de los libros impresos, en que figuran el título del libro, el nombre del autor y el lugar y año de la impresión.
3. f. En periódicos y revistas, primera página. Apareció la noticia en las portadas de los principales periódicos.
4. f. Cubierta delantera de un libro o de cualquier otra publicación o escrito. Diseñador de portadas.
5. f. Frontispicio o cara principal de cualquier cosa.
6. f. En el arte de la seda, división que se hace de cierto número de hilos para formar la urdimbre. Esta tela lleva ochenta portadas.
7. f. desus. Pieza de madera de sierra, de nueve o más pies de longitud, con una escuadría de 24 dedos de tabla por tresde canto.

Cuando uno se plantea hacer un recorrido histórico por la evolución de 'las portadas', pues así reza el encargo, en lo primero que piensa es en qué tipo de portada describir, analizar y, en el caso que toque, poder destacar su evolución con ejemplos y reflexiones fundadas. Complicado el inicio, pues. Al mirar la definición que nos da la RAE, vemos que por acepciones tenemos unos cuantos caminos que enfrentar.

Diría que referidos al diseño gráfico, y ciñéndonos a lo estrictamente literal de estas definiciones, las portadas en las que podemos basar nuestro texto serían las de libros y revistas. Esa cubierta delantera de cualquier publicación. Lo que pasa, es que si entendemos publicación por contenido, tal y como gracias a las actuales plataformas de divulgación podemos hacer, la palabra contenido es un concepto muy amplio que ya no solo abarcará el libro o revista, sino toda pieza generada para exponer una narrativa escrita o escuchada. Hay narrativa en un libro, en una revista, en un disco, en un fanzine. Desde aquí, dada la premisa inicial, lo que

proponemos es, de momento, hacer un breve e intenso recorrido por el formato más habitual de kioscos y tiendas, la revista, para centrarnos en aquellas que por antigüedad, temática y alcance podrían ser consideradas como revistas para 'casi' todos los públicos. Revistas que llegan, que nos hablan de una manera cercana, nos cuentan cosas que nos interesan y que, finalmente, se convierten en compañeras de nuestros viajes vitales. Que están siempre ahí, en la mesita del salón, en la estantería o bajo la lámpara de lectura. Que nos hacen notar el pulso de la sociedad, los prismas políticos que nos dirigen, nos sacan una sonrisa con sus viñetas y artículos, nos dan opinión sobre qué está pasando más allá de nuestras puertas o nos dicen qué llevar o qué no llevar esta primavera que entra. Son publicaciones que nos trasladan con fotografía o texto a cualquier parte del mundo, acompañados de ideas, personas y reflexiones. Cualquier hija de vecino o madre del que escribe podría leer todas estas publicaciones. Y no quiere decir que solo estas sean míticas pero, desde luego, todas ellas lo son. Por supuesto, es solo una selección personal.

Son nuestras revistas míticas. Y cuando digo nuestras es, como siempre, una simple opinión subjetiva. Las tuyas, quizá, serán otras. Pero no se puede negar que estas lo son, míticas.



The New Yorker

La revista norteamericana es toda una institución en la prensa mundial. Desde 1925, al principio semanalmente y en la actualidad casi con la misma periodicidad (47 publicaciones al año), The New Yorker y sus textos todos maquetados en Adobe Caslon se dirigen al público para ofrecerle crítica cultural, reportajes de investigación, ensayo, poesía, relato corto, sátira, ficción, tiras cómicas, viñetas, etc.

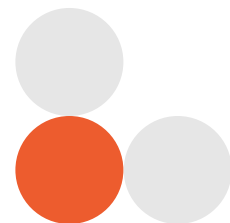
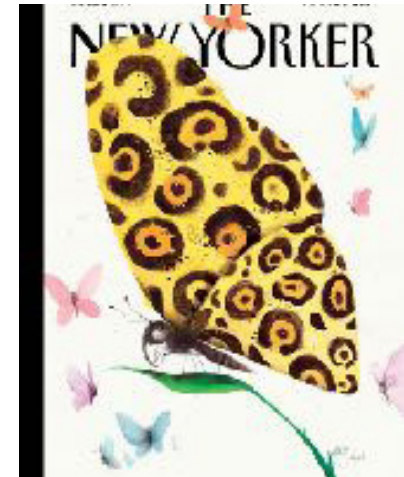
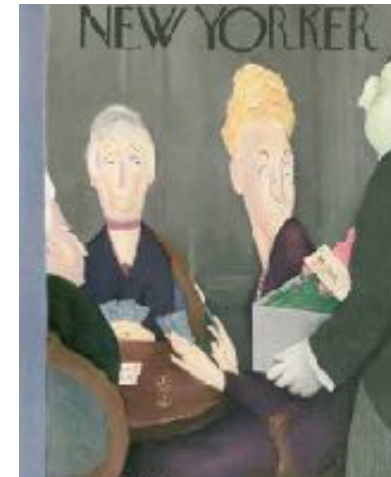
Y podríamos decir que lo hace siendo una de las publicaciones más consistentes en su historia. Las portadas no han cambiado prácticamente nada y, sin embargo, sí vemos la evolución. No tanto en la manera de diseñarlas, sino en los recursos de ilustración utilizados; una evolución que va de la mano de quien ilustra la revista.

La cabecera y titulares está compuestos en Irvin, nombrada así por Rea Irvin, el primer Director de Arte de la revista, que se inspiró al diseñarla en los grabados del libro [Journeys to Bagdad](#), (1915) de Allen Lewis. Asimismo, Rea Irvin fue el ilustrador de la primera portada de The New Yorker. Comenzó entonces el mito de Eustace Tilley, que se convirtió en el símbolo de la publicación. [Aquí](#) podéis encontrar mucha información sobre los orígenes del personaje y la creación de la cabecera.

En este [enlace](#) encontraréis el maravilloso archivo de portadas de The New Yorker. Cristoph Niemann, Adrian Tomine, Kadir Nelson, Malika Favre, Diana Ejaita, Ana Juan, Art Spiegelman, Will Cotton, Saul Steinberg y un larguísimo etcétera de ilustradoras de antes y actuales.

Como podemos ver, la evolución de las portadas de The New Yorker está, como decíamos antes, en la tendencia o estilo que siga la ilustración principal. Elementos navegadores en la misma tipografía, misma posición y cabecera imperecedera. Señas de identidad.

Y si tuviéramos que hablar de evolución, más allá de lo visual nos encontraríamos con el medio. Este ha hecho que lo que antes solo tenía la traslación del *print*, de repente podamos encontrarlo también en el medio digital y, por lo tanto, podamos sacarle partido a las ventajas que este nos ofrece. Así, nos encontramos con las famosas portadas animadas de Favre o Niemann.



National geographic

¿Qué pasaría si afirmáramos que, de todas estas revistas míticas, National Geographic es la menos fotográfica/gráfica de todas?

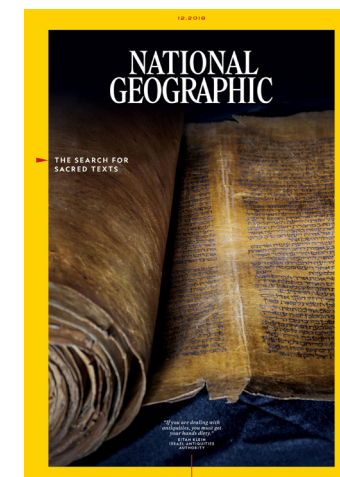
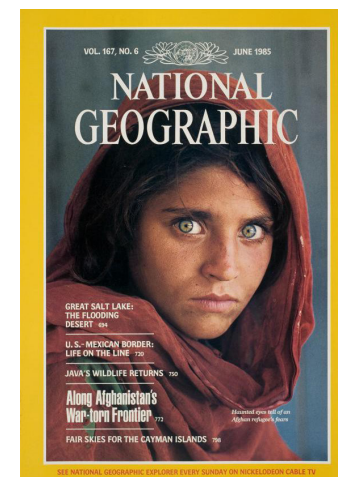
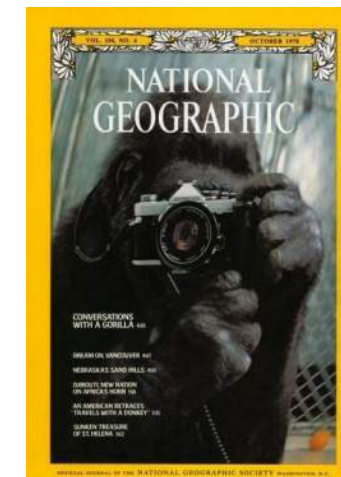
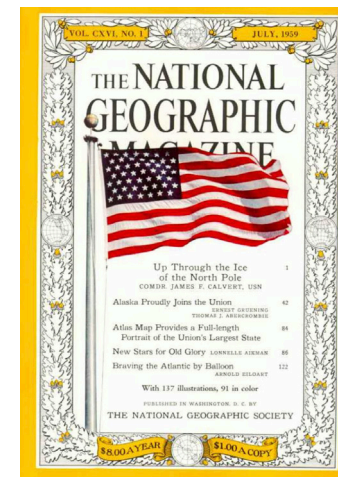
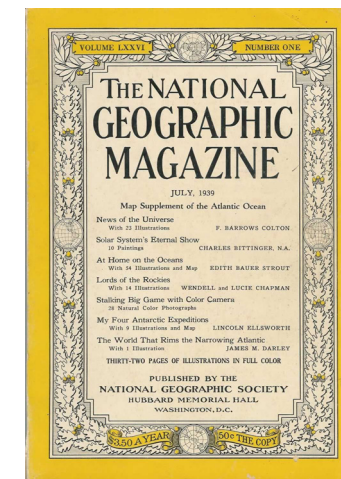
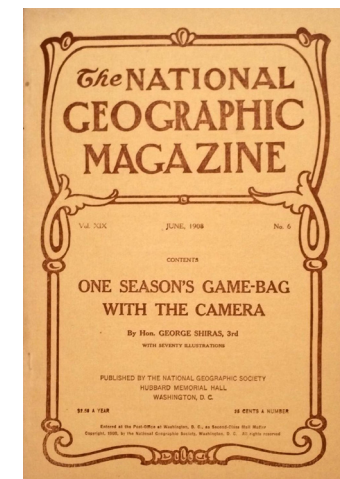
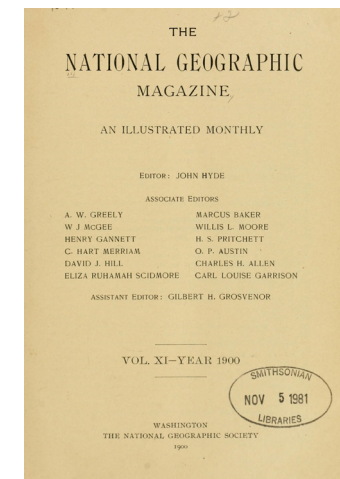
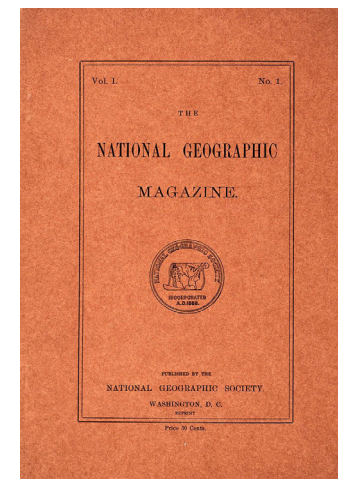
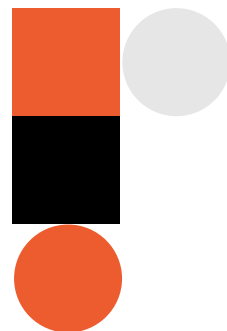
Siempre desde el punto de vista de su portada y atendiendo a un criterio histórico, la publicación científica americana comenzó de una manera totalmente alejada a su naturaleza documental-fotográfica, manteniendo un grafismo estrictamente tipográfico hasta finales de los años 50. La primera fotografía en portada fue una bandera estadounidense, 1959.

Desde entonces, prácticamente nada o casi nada ha cambiado. Cabecera contundente, mucho menos texto que en origen y una gran fotografía que ilustra la temática principal del número en cuestión. Conforme ha ido pasando el tiempo, la cantidad de texto en portada ha ido menguando, estando cada vez más enfocado a llamar la atención sobre el tema principal y haciendo que este apoye de una manera más contundente el recurso fotográfico.

A un nivel más detallado, observamos que las portadas desde los años 10 componían todo su contenido enmarcado dentro de un fileteado a modo de grabado que recorría todo el margen. Este va menguando, ocupando solo la parte superior al finalizar la década de los 60. En los 80 este grabado pasa a formar parte del logotipo-cabecera, situándose justo

por encima de la palabra National. Finalmente, en los 2000 con el cambio de logo, este detalle grabado deja de existir, dejando paso a una cabecera más contundente con la ampliación de National, posiblemente buscando más equilibrio con respecto a Geographic. Y así, hasta hoy, donde podríamos decir que el minimalismo del marco amarillo y esos pequeños detalles navegadores (flechas rojas que nos indican en qué incidir) le acercan un poco más a los tiempos digitales que vivimos, sin dejar de ser también *offline*.

Los últimos 50 años de cubiertas de la revista [los podéis encontrar en su web](#). Si solo quieres un adelanto, aquí tienes unas cuantas para poder apreciar todo esto que te contamos. Tipografía, tipografía más imagen y, finalmente, imagen más un poco de tipografía. Aparición del grabado, paulatina desaparición del mismo y actualización de logotipo.



Time

La icónica revista nacida en New York en 1923, probablemente la primera revista semanal de noticias en los Estados Unidos, es un ejemplo de consistencia a lo largo de sus casi 100 años de historia.

Una cabecera casi inamovible, con un mismo logo que desde sus inicios ha ido sufriendo pequeñas modificaciones, leves ajustes de grosor, remates, poco más. Podríamos decir que la modificación más traumática se dio a finales de los 70 y duró toda la década de los 80; un *outline* en el *lettering* que estuvo presente hasta que en el año 1992 se ajustó el logo que perdura hasta hoy mismo.

Este logo, en octubre de 2020, dejó de estar por una única vez en portada. Time decidió cambiarlo por otro con la palabra 'Vote',

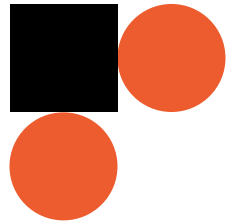
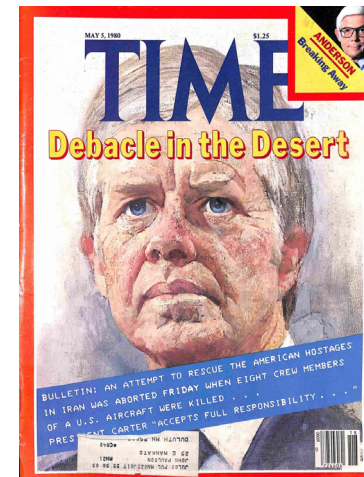
diseñado en el mismo estilo que el logotipo actual y acompañado en la cubierta de la ilustración de Shepard Fairey, con motivo de las elecciones presidenciales de los Estados Unidos. Y aunque sí era la primera vez que cambiaban el logo, parece ser que alguna otra vez habían ocultado parte del mismo con la fotografía usada en portada. Por ejemplo, en el número dedicado a Nancy Pelosi.

Desde la década de los 30 (1927) podemos ver lo que es el otro signo de identidad de sus cubiertas. El marco rojo, que no ha cambiado desde que hizo su primera aparición, salvo en una ocasión. El número especial dedicado al 11-S, los atentados de las Torres Gemelas. Lógicamente, si tenían que cambiarlo lo harían por otro pero de color negro.



TIME TIME

TIME



Life

Posiblemente, la precursora de lo que hoy conocemos como fotoperiodismo. Fortune fue anterior, es verdad, fue la verdadera inventora de esto; y durante sus primeros 20 años de existencia fue una revista exquisitamente diseñada y producida pero, llegados los 50 y con una sangrante pérdida de dinero, Fortune se vio obligada a rediseñarse como una publicación estrictamente económica. Y ahí quedó Life, hasta su cierre en el año 2000, como la gran valedora de un género fotográfico imprescindible desde hace muchos años.

El primer número de Life data de 1883. Primero con una frecuencia semanal, a partir de 1978 mensual. Durante su época dorada, las décadas de los 40, 50 y 60, Life destacó por la calidad de su fotografía. Desde el año 2008, Google acoge en Google Images el archivo fotográfico de Life. Casi 6 millones de fotografías, muchas de ellas no publicadas nunca, se encuentran en la nube, [aquí](#).

En lo que respecta a las portadas, Life es un claro ejemplo de cómo el diseño de estas y de su contenido va modulándose en función de su repercusión, público objetivo y, por qué no, la calidad de sus contenidos.

La otrora estandarte del foto-periodismo se convierte, desde la década de los 70, en una revista más de entretenimiento, alejada del objetivo visionario de sus años anteriores. Lo que en un inicio era casi un lienzo en blanco, salvo por el logotipo encajonado y la base roja al pie de la cubierta, para sus fotografías se va convirtiendo, poco a poco, en una amalgama de contenidos tipográficos, a cual más estridente, llegando en los 80 a convertirse a una portada de revista familiar común. Sin querer faltar el respeto a estas, por cierto.

Un apunte. ¿Os acordáis de ese cambio de color que Time introdujo en su número dedicado al 11-S, cambiando el rojo del marco por el negro? Life lo hizo en su portada del año 1963 dedicada al asesinato de JFK. Enmarcó la fotografía y le cambió el color rojo a su logotipo.

Aparte de esto, a finales de los 70 y durante la década de los 80, Life cambió el logotipo, sobredimensionando la tipografía dentro de la pastilla roja, lo que contribuía a darle un aire más comercial, quizá sensacionalista. Además, durante esos años se intentó generar un sistema de diagramación trabajando con una única tipografía en portada. Así, junto al logotipo, podemos ver cómo se componían, con una Futura Bold o una Cooper Black y ayudadas con filetes arriba y abajo, todas aquellas temáticas que fuéramos a encontrar en el interior. Como detalle, y cumpliendo con algo que se había esta dando desde mucho antes, las portadas cada vez

hacían un uso más predominante de la tipografía. Si cogemos una portada de 1941 y una de 1970, enseguida vemos cómo la importancia de la fotografía queda relegada al peso que se le da al texto. Más tarde, en su última década de existencia,

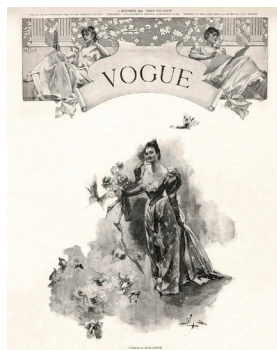
Life volvió al logotipo anterior y adoptó parte de lo que se estaba haciendo en ese momento. Ya se sabe, combinación de tipografías, distintos pesos de estas, colores alternos, etc. La pequeña incursión del grunge en los hogares domésticos.



Vogue

1892. Arthur Turnure se disponía a crear en Nueva York un periódico semanal dirigido a la *high society* de los Estados Unidos. En 1916, ya convertida en revista mensual, Vogue lanza su edición inglesa. Hoy ya son 26 ediciones internacionales de la misma cabecera. Lo que empezó siendo una publicación dedicada a distintos temas como literatura, música o deportes ha acabado siendo la gran referencia de la moda a gran escala. Fue Condé Montrose Nast quien, al sustituir a Turnure, convirtió la publicación en una edición bimensual dedicada a la moda, principalmente femenina.

Una ilustración de A.B. Wenzell fue la primera portada de Vogue. Desde entonces, mucho ha llovido y aquí sí podemos decir, mucho ha cambiado.



Artistas de la talla de Dalí, de Chirico o Man Ray fueron colaboradores en época y si en ese momento convirtieron Vogue en un museo impreso, la década de los 50 fue probablemente aquella en la que bajo la dirección

de Jessica Daves se consiguió posicionar como la referencia absoluta del *glamour*.

Antes, en los 30, fue cuando se vio la primera portada en color, con fotografía de Edward Steichen. Hasta entonces, el logotipo de la publicación ha ido variando, navegando en estilos artísticos contemporáneos: algo de *art-nouveau*, un poco de *art-decò*, siempre variando en base a la línea a seguir. Hasta que a mitad de los 50 se adopta de manera inamovible la tipografía Didot como logotipo para la cabecera. Desde 2004, las portadas también usan Vogue AG, una sans serif custom typeface hecha por [Terminal Design](#) para la revista, combinando elementos de Avant Garde y Futura.

En cuanto a dirección de arte, el gran 'click' puede darse en 1943. En ese momento, Irving Penn publica su primera portada con Vogue. Sencillez, rotundidad, blanco y negro. Justo como su gran maestro Alexey Brodovitch le había enseñado en su estancia anterior en Harper's Bazaar. Bueno, realmente no solo a Penn, la lista de alumnos/as de Brodovitch lo convierten, por méritos propios, en el probablemente más influyente director de arte del siglo XX: el mismo Irving Penn, David Attie, Richard Avedon, Diane Arbus, Eve Arnold, David Attie, Lillian Bassman, Ryszard Horowitz, Robert Frank, Garry Winogrand, Allan Porter, Hans Namuth, etc.

30 años después, el otro gran fotógrafo (como si los y las miles que pasaron no hu-

bieran sido grandísimas) Helmut Newton hizo que el primer plano de las modelos fuera totalmente predominante en las portadas de Vogue. Años después, con la llegada a final de los 80 de Anna Wintour como Editora Jefa (y hasta ahora), la revista opta por darle menos protagonismo a las supermodelos y va dando un carácter más comercial gracias a la inclusión de actrices — sobre todo holywoodienses — en sus portadas.

Un curioso experimento lo podemos encontrar en la [Yale University Library](#). ¿Qué pasaría si un robot leyera las portadas de Vogue a lo largo de su historia y nos hiciera un mapeado de pixels?

Pues nos daríamos cuenta de cómo han ido evolucionando los distintos elementos y su disposición en el rectángulo. En los 1910–1920 priorizamos la parte central de la portada. Además, el hecho de ser blanco y negro hace que todo quede muy bien definido. Poco a poco, vamos introduciendo tipografía alrededor del motivo principal. Se añade color y las formas cambian en cuanto a que se usan planos abiertos (generales, americanos) con distintas poses y posturas. En los 50, los planos se van cerrando, se tiende a cierto minimalismo para llegar a las décadas de los 70 y 80, donde vemos que el retrato predomina, se genera una gran figura central sensiblemente escorada a la derecha, vemos claramente que todas las modelos retratadas optan por la misma postura y posición; para volver en los 90 y 2000 a abrir el plano,

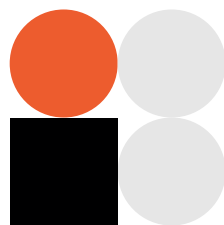
combinar tipografías, colores y disposición infinita.



Conclusión

A modo de conclusión, y como podemos observar en casi todos estos casos nombrados, la evolución existe como un proceso lógico de adaptación a las tendencias del momento, además de la incorporación de nuevas técnicas y plataformas surgidas en los distintos momentos históricos. Quizá a veces esperamos que esta evolución se manifieste en forma de cambios de marca, logotipo, diagramación, dirección de arte fotográfica, etc. Y lo que vemos es que no necesariamente ha de darse un cambio radical para considerar una evolución consistente, coherente y acorde a la idiosincrasia y naturaleza del producto editorial.

Evidentemente, en ámbitos como las tendencias, el deporte (sobre todo, en el deporte) y de manera más notoria en la moda representada de una manera genérica en este análisis por Vogue y ejemplificada en otras cabeceras como Fantastic Man, Dazed, Haper's Bazaar, etc., la evolución es mucho más palpable. Un uso trendy de la tipografía, más permeabilidad a las innovaciones en el campo del diseño gráfico, sobre todo en la dirección de arte. Digamos que muchas de ellas siguen siendo muy consistentes y aún así han sido capaces de marcar nuevos 'renacimientos' en la historia del diseño editorial.



Referencias bibliográficas

Averaging Covers in Vogue- Robots reading Vogue.

Recuperado de <http://dh.library.yale.edu/projects/vogue/coveraverages/>

The Evolution of Fashion Magazine Design Covers - Superside.

Recuperado de <https://www.superside.com/blog/magazine-cover>

Cover Browser.

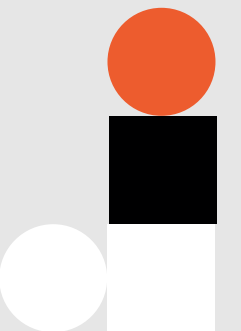
Recuperado de <http://www.coverbrowser.com>

History of the Magazines - Magazine Designing.

Recuperado de <http://www.magazinedesigning.com/history-of-the-magazines/>

TypoMag. Tipografía en las revistas. Laura Mesguer, Ed. Index Books, 2010.

The Story of The Face. Paul Gorman. Ed. Thames and Hudson, 2017.



De:

 Planeta Formación y Universidades

Follow:

Fb	Ig	Yt	Tw	Lk
----	----	----	----	----