

archivo

nº1 / 2

Memoria del arte /
memoria de los medios

nº3

El arte y lo cómico

nº4

Las muertes de las
vanguardias

nº5

Las tapas de
semanarios del siglo
XX

nº6

Estéticas de la vida
cotidiana

nº7

Objetos de la crítica

nº8

Centros y fronteras. El
cine en su tercer siglo

nº9

Dispositivos
mediáticos: los casos
de las tapas de revistas
en papel y en soporte
digital

nº10

Sobre historia y teoría
de la crítica I

búsqueda

ir

Contacto
Comentarios
Suscripción

Las tapas de semanarios del siglo XX

nº 5
ago.2009
semestral

Secciones y artículos [2. Desempeños de las tapas]

Historias de las tapas de revistas: Magazine Cover and Cover Line. An Illustrated History y 100 years of magazine covers

Silvina Tatavitto



abstract
texto integral
notas al pie
autor
bibliografía
comentarios

Abstract

Además de entregar la revelación de que las tapas de revistas, como otros productos mediáticos, son complejas construcciones históricas, los enfoques diacrónicos de los medios revelan también los modos de hacer y pensar la historia en esta área y la necesidad de tomar precauciones a la hora de establecer contactos entre texto y *contexto*; entre los discursos del arte, la técnica y los medios. El presente artículo, que comenta los libros *Magazine Cover and Cover Line. An Illustrated History*, de Gerald Grow y *100 years of magazine covers*, de Steve Taylor, revisa cuestiones de tal naturaleza y señala posibles aportes de la noción de dispositivo en términos de sortear simplismos o mecanicismos entre la serie social y la discursiva.

Palabras clave

Historia, medios, tapas de revista, dispositivo

Abstract en inglés

Histories of cover magazines.: *Magazine Cover and Cover Line. An Illustrated history and 100 years of magazine covers*

As well as delivering the revelation that magazine covers or another media products are complex historical constructions, media approaches based on diachrony disclose the ways of doing and thinking the history on this area and the need of taking precaution in order to establish contacts between text and *context*, between art, technology and media discourses. This paper, about Gerald Crow *Magazine Cover and Cover Line. An Illustrated History*, and Steve Taylor *100 years of magazine*

covers, examines this sort of matters and points out device notion possible contributions to overcome all kind of simplification between social and discursive series

Palabras clave

History, media, magazine covers, device



Texto integral

1. Dos historias de tapa*

* La traducción de los fragmentos citados, que nos pertenece, ha sido realizada *ad hoc* para este trabajo

- 1 Tapas de revistas e historia de sus cambios son aspectos cuya pertenencia a un cierto campo semántico común bien podría trazar algunos puntos de contacto entre las propuestas que aquí reseñaremos pero, en verdad, funcionan como *pretexto* para abordajes y, consecuentemente, construcciones de objetos analíticos difícilmente reconciliables; al punto tal de arribar a conclusiones opuestas, al menos en términos de un tipo de portada: aquella que se concentra en reproducir el rostro de algún personaje notorio, sea por su relevancia social o por su capacidad para generar alguna potencial atracción o identificación en cierto segmento de público.
- 2 Aunque no única, pero indudablemente muy notoria, la discrepancia entre ambos textos podría recaer en lo que denominaremos sus inscripciones, ya que *Magazine Cover and Cover Line. An Illustrated history*, de Gerald Grow, se encuentra más reconociblemente atendido a los imperativos y rutinas del discurso de circulación académica (sin considerar aquí su mejor o peor cumplimiento), mientras que *100 years of magazine covers*, de Steve Taylor, parecería más expuesto a las habituales libertades adscriptas usualmente al ensayo de divulgación masiva; de corte, digamos, conmemorativo.
- 3 Ahora bien, un encuadre como el realizado no puede dejar de reconocer ciertos cruces e hibridaciones. Así, el discurso del *profesor* distaría de renegar de las, según se dice, multiplicadas posibilidades expansivas de la web ^[1], en tanto que el designio divulgador del *ensayista* no pareciera colisionar con la difusión comparativamente más restringida entrañada en un libro. Distancias y cruces podrían, entonces, constituirse en un lugar de pertinencia para iniciar el examen de sus recorridos, de sus divergencias y confluencias, no sin antes aclarar que se irá puntuando en cada caso aquello que *no se puede ver que no se ve* en una observación de primer grado - la que obra en los textos comentados - si usamos la discriminación entre niveles observacionales propuesta por Niklas Luhmann ^[2].

2. La imagen y la palabra: un relato de pliegues y repliegues

- 4 Gerald Grow plantea una periodización en la que distingue cuatro estadios en el decurso de cambios de las portadas de revista, que estaría marcada por la tensión entre el componente icónico (sea ilustración o imagen fotográfica, con un tratamiento algo indiferenciado por parte del autor) y el componente verbal de los títulos. Así, la

inusual presencia de éstos e incluso, en sentido estricto, de tapas - ya que "como los diarios, ellas comenzaban con un artículo" [3] (Grow 2002, las citas que siguen corresponden al mismo texto) - representaría un período preliminar en el que nos encontraríamos, más bien, con páginas de apertura que se limitaban al nombre de la revista con un índice de contenidos, o bien asumían modalidades que reproducían la cubierta de libros por vía de la transcripción de nombre y fecha de la publicación. Tales *proto-tapas* habrían coexistido durante el siglo XVIII y el siglo XIX con otra, al parecer algo más tardía, llamada *simbólica*, ya que "usa de manera simbólica una ilustración genérica para evocar el espíritu de la publicación sin revelar ninguno de los contenidos específicos del número" [4]. Y aquí esa denominación remite menos a una estricta tipología de signos, buscando en cambio, designar laxamente ciertas prácticas hermenéuticas de pasadas generaciones que acostumbraban "leer la Biblia y las imágenes como mensajes alegóricos requiriendo activa interpretación" [5].

- 5 Advendría luego, recién bien entrados los años sesenta, la segunda etapa, con el imperio de "imágenes que no necesitan palabras" [6] cristalizado en la modalidad *poster cover*, cuyo predominio no estaría del todo sustentado en un orden cuantitativo, sino más bien cualitativo y, más específicamente, en un juicio de calidad. Dado que este tipo, sin llegar a eliminar otras variedades con las que convivía, habría logrado sobrepasarlas por introducir estándares de una excelencia tal que habrían dejado una impresión perdurable en la sensibilidad estética de una era, a la par que se instituirían en una suerte de excluyente medida estilística.
- 6 La sumaria determinación retórica del *poster cover* - centrada en la fuerte dominancia de la ilustración respecto de los títulos [7] e incluso de la fotografía - aparece aquí fundando su ejemplaridad ya no sólo en rasgos textuales sino, también, en la vigencia de individualidades, en una explicación que no desdeña recurrir al *genio* de ilustradores y directores de arte influidos por los parámetros estéticos del afiche Art Nouveau. Ocurre así, esta vez en el dominio del diseño gráfico, la emergencia de una suerte de *tapa de autor* [8], y la sinonimia empleada entrega cierta confirmación al equiparar indistintamente *poster cover* y *cover art*. No deja de ser tentador considerar que por obra, tal vez, de esa remisión artística articulada con la argumentación *ad hominem*, el análisis se circunscribe a la ilustración trazando un imaginario que, por un lado, privilegia la *mano* a la *lente* - aun cuando lateralmente se reconozca que "en esa época existían fotografías excelentes" [9] - y, por el otro, clausura sin más toda otra ingerencia de lo fotográfico en esta etapa. No obstante, ello volverá a ser incluido - sin mediar justificación o reflexión al respecto - al examinar *poster cover* con fotos [10], en un ademán que arriesga asimilar objetos de naturaleza y efectos ciertamente diferenciados; y del que tampoco se exime Steve Taylor, a quien la ilustración o la fotografía parecieran resultarle equivalentes en vistas a la ausencia de reflexión respecto del pasaje de una a otra en las tapas.
- 7 Antes de proseguir, conviene detenerse brevemente para corroborar en este punto los aportes que plantea la noción de dispositivo [11], por cuanto ella permite discriminar aquello que, de otro modo, permanecería - tal como ocurre en los casos reseñados - en la oscuridad. Ya que cuando operan técnicas (las de la fotografía o las de la ilustración), lo que interesa relevar en este plano son sus consecuencias en términos de los procesos de semiotización asociados a ellas, y establecer, así, distinciones vinculares, ya que no son idénticas las posiciones ni las relaciones que se generan cuando se mira una foto o una ilustración, del mismo modo en que no resultan del todo equiparables "un plano general de TV doméstica y el que puede presentarse en el monitor de vigilancia del supermercado [que] indican igualmente un mismo espacio [pero] el observador no les adjudica el mismo carácter" (Oscar Traversa 2008: 5). Procesos de semiotización y posiciones espectatoriales diferenciados que se tornan visibles, por ejemplo, en la atribución artística que recibe la ilustración y que, en las consideraciones de Grow, se le sustrae a la fotografía. El valor de la noción de dispositivo - entendido como articulación entre dos planos (*técnicas* de producción sígnica y procesos que hacen posible su inclusión social para ser difundidos) - reside, por un lado, en señalar "los múltiples colectivos de lectura (...) nunca disociados de las condiciones que emanan, con tránsitos seguramente complejos, de la materialidad discursiva que los promueven" (Traversa 2008: 4) y, por otro lado, en elidir, así, las habituales soluciones mecanicistas que frecuentan el campo de reflexión sobre estos dos órdenes.
- 8 Hecho ya este señalamiento, se puede retomar el derrotero histórico suspendido. En él se verifica que, paralela a la hegemonía *ilustrativa*, habría comenzado a insinuarse tímidamente otra historia con la aparición de portadas con títulos para "atraer la atención del lector hacia el interior de un modo más definitorio del que lo podía lograr la *cover art*" [12]. Se abriría entonces el tercer período a partir del nacimiento de una, así llamada, portada integrada, por cuanto "arte y tipografía han alcanzado una relación simbiótica y mutuamente solidaria" [13] que, de algún modo, prefiguraría los caracteres de las publicaciones actuales. Si bien a principios del siglo XX esta

- modalidad ya habría establecido el repertorio de las posibilidades formales que aparecerán posteriormente en los noventa, las tapas habrían seguido evitando los títulos, que recién volverían a ganar preeminencia hacia los años setenta y ochenta. Durante las décadas del cuarenta y del cincuenta, las revistas líderes habrían experimentado en varias direcciones, pero raramente en términos de titulares, con la solitaria excepción de ciertas revistas, como las de moda "donde el interminable desasosiego de creatividad constante en el marco de estrechas restricciones refleja la naturaleza de la industria" [14] .
- 9 El final de los años sesenta inauguraría la cuarta etapa, con el definitivo triunfo de los títulos que, con nueva independencia, comenzarían a *usurpar* la imagen de portada socavando su casi exclusivo protagonismo. En el examen de este comportamiento discursivo se verifica un inopinado desplazamiento metonímico por el cual, sin que medie aclaración alguna, el componente verbal se identifica sin más con su expresión gráfica, al afirmar que la tipografía se tornaría en "elemento artístico por derecho propio y (...) en elemento central del diseño de tapa (...) gracias, en parte, a las innovaciones de diseñadores como Herb Lubali" [15] . A partir de una lógica similar a la señalada anteriormente, también aquí se observa la atribución de cambios de configuraciones textuales a la mediación de figuras individuales, lo que pareciera, a veces, habilitar la entrada de lo artístico en esta escena discursiva.
- 10 El marco explicativo culmina con una correlación entre diversidad tipográfica y diversificación social en el que resuenan ecos de teorías reflejistas [16] . La expansión tipográfica ocurrió al mismo tiempo en que "mujeres, afro-americanos, otros grupos étnicos, homosexuales, discapacitados, clases trabajadoras y ancianos se transformaron en historias de tapa en sus luchas por la justicia" [17] . Las revistas, entonces, "comenzaron a reflejar la asombrosa diversidad de la humanidad" [18] pero, en su captura, el componente icónico por sí solo resultaría insuficiente y así jugaría su baza decisiva "la diversidad de estilos tipográficos [que] proclamaba que las revistas entendían a los nuevos lectores por medio de nuevas maneras (...) para satisfacer sus necesidades" [19] . Más allá de su expresión tipográfica, en este período la caracterización del componente verbal de títulos se completa al adjudicarle la asunción de una retórica tributaria de los variados procedimientos del discurso publicitario, que viraría del mero recuento de los contenidos hacia los variados recursos de énfasis persuasivo para atrapar a esos lectores emergentes.
- 11 De los años sesenta a la actualidad, el tiempo no habría hecho más que ahondar la progresiva *invasión* de títulos, alentada por un conjunto de circunstancias que engloba, algo heteróclitamente, soluciones de orden *técnico* - tales como "nuevos softwares para la manipulación de textos y para la combinación de textos con tipos y la revolución total de tipos digitales que maduró en los noventa" [20] -, junto con otras de orden *creativo*, dadas las innovaciones tipográficas de "jóvenes diseñadores cuyas revistas eran demasiado pobres como para permitirse fotografías caras (como el caso de Neville Brody [21] y David Carson quienes, incluso, hicieron muchas de sus propias fuentes)" [22] . El comienzo del milenio atestiguaría el paulatino eclipse de la supremacía, alguna vez excluyente, del componente icónico de tapa, como corroboraría un recuento realizado en puntos de venta en diciembre de 2001 según el cual, de los 1.200 títulos en exhibición, sólo 92 casos, es decir alrededor del 8 por ciento, estarían constituidos por *poster covers*, concentrados principalmente en revistas de música, arte, fotografía, viajes y ciertos números especiales dedicados a personalidades destacadas. La atribución de su restringida persistencia en la actualidad, traza una diferencia central con las postulaciones de Steve Taylor, ya que recaería en la "(...) ausencia de competencia. Confiadas en su audiencia, cada una de esas revistas puede presentar una portada con un único foco, amplificado por un mínimo título, porque docenas de tapas similares no están compitiendo por la atención del lector" [23] .
- 12 Hacia el final del artículo, la explicación del viraje histórico de la imagen a la palabra hace reingresar la noción de reflejo, entretrejida, esta vez, con una denuncia políticamente correcta –que entremezcla con poca precaución un vasto conjunto de fenómenos de dispar naturaleza–, cuando observa que "las tapas actuales reflejan nuestra danza ambivalente con lenguaje, pensamiento categorial, medios globales, la omnipresencia de publicidad y manipulación, la colonización de nuestro pensamiento por la cultura y el supermercado de proliferantes pero limitadas opciones traídas a nosotros por las corporaciones multinacionales" [24] y concluye así, que "los inicios del 2000 están tan inmersos en tipografía comercial, zapping, navegación por Internet, cultura de consumo, valores competitivos y objetos clamando por atención, que la imagen de una modelo de tapa alegre o seductoramente inmersa en un bosque de palabras nos parecería una mera descripción de normalidad diaria—una normalidad tanto reflejada como alimentada de palabras en las portadas de revistas" [25] .

13 Independientemente de cierto *reflejismo* en el entrecruce de la serie discursiva y la serie social, del deslizamiento un tanto abrupto de lo textual a lo individual, de conclusiones que hacen descansar pesadamente fenómenos puntuales en otros de vasta generalidad y pertinencia relativa, de las asimilaciones algo desprevenidas (entre la ilustración y la fotografía, entre el componente verbal y su expresión gráfica, entre símbolo y prácticas hermenéuticas); independientemente, en fin, de estos rasgos, en buena medida derivables de una quizá débil aclaración o autoconciencia de marcos teóricos entrañados en el análisis, no se debiera desdeñar completamente un intento de periodización que atiende a dos de los órdenes más evidentes en la producción de sentido de las portadas. Aunque controversialmente simple –por ausencia de otras posibles variables analíticas relacionadas– el eje utilizado, esto es la mayor o menor preeminencia sea de lo icónico o de lo simbólico, permite establecer –no sin cierta consistencia y tal vez justamente por su simpleza– tipos contrastantes con una dinámica polar y opositiva que va organizando el decurso discursivo complejo desde un punto inicial (*poster cover*) hasta el extremo actual (la tapa integrada). Desde esta perspectiva, el trabajo bien podría resultar una base de partida para posteriores estudios diacrónicos que –eludiendo las objeciones aquí formuladas– supongan una aproximación menos *ingenua* de los fenómenos textuales.

3. Cien años de tapas, cien años de lucha

14 Lejos de toda ambición por establecer escansiones en el derrotero histórico de las tapas, Steve Taylor se interesa más bien por señalar sus mutaciones en función de las relaciones competitivas ^[26] que las revistas establecen con los distintos medios masivos y, en algunos casos, de las tecnologías que van surgiendo a lo largo de los cien años que abarca su análisis, forzándolas a abandonar audiencias masivas y homogéneas para prosperar al calor de nuevos nichos de lectores. El pasaje de un estadio inicialmente simple hacia otro de mayor complejidad competitiva se cumpliría por igual en las cuatro áreas de títulos que releva el libro ^[27], y sería correlativo al proceso de creciente individuación y diversificación que afecta a las sociedades contemporáneas, dado que el "consenso en la cultura americana y europea comenzó a fragmentarse en tribus y nichos a comienzos de 1960, las revistas se adaptaron para (...) capitalizar la inadecuación de la televisión, en su fase pre-multi-canal, como medio para dirigirse a sectores específicos" ^[28] (Taylor 2006: 36-37).

15 Es en esta *épica* competitiva que el libro, en buena medida, adviene en homenaje que celebra la habilidad de las revistas en su historia de supervivencia a largo de la cual habrían demostrado reiterada capacidad para enfrentar los embates de la televisión primero, y las nuevas plataformas de medios y formatos después; para usufructuar las distintas aportaciones tecnológicas que se van sucediendo; para superar las tensiones recurrentes entre imperativos económicos y estéticos; para finalmente sortear la disolución del otrora homogéneo entramado social dirigiéndose a una "plétora de aún más pequeñas y más especializadas audiencias" ^[29] (Taylor 2006: 12). En muchas ocasiones, la perspectiva en cierto modo *laudatoria* empleada para conmemorar los cien años de esta lucha, suele abandonar la posición metadiscursiva para asumir una relación especular con su objeto de estudio, perspectiva especialmente visible en el diseño del libro, que festeja visualmente las experimentaciones tipográficas y de diagramación usuales en revistas de cuidada factura gráfica.

16 El conjunto de proezas reseñadas habría sido posible gracias a las tapas, ya que "en la sociedad occidental debemos extraer la materia prima de identidad de donde fuere que pudiéramos hallarla. Y las portadas de revistas –que combinan singularmente su ubicua presencia pública y privada con el reflejo de la misma cosa que define y comunica nuestro esencial individualismo, el rostro humano– están en una situación crucial para ofrecernos pistas convincentes respecto de quiénes seríamos o podríamos llegar a ser" ^[30] (Taylor 2006: 9). Aquí se encuentra la tesis central de Taylor (2006: 9), para quien "el fracaso de la cultura de masas que resultó de la prosperidad y confianza post- segunda guerra (...), abrió un nuevo rol para las tapas de revistas: la diseminación del rostro correcto en las personas correctas. Se transformó en la más poderosa herramienta de marketing disponible para las editoriales de nicho" ^[31].

17 Este enfoque que abunda sobre el papel de los medios en las sociedades post industriales altamente diversificadas, en términos de oferta de modos de vida y patrones de conducta antes derivados de instituciones tradicionales, podría pecar de rutinario si no fuera por la postulación de dicha tesis, que resultaría atractiva –al menos para una lectura desde ciertos anclajes semiológicos– si desplegara un examen capaz de dar cuenta de modalidades de figuración del rostro como operación enunciativa de constitución de identidades. Sin embargo, ese recorrido analítico no

termina de cristalizarse cabalmente o se realiza de manera irregular a lo largo de los distintos títulos examinados, en buena parte por la frecuencia con que el desarrollo de cada capítulo exhibe *fugas* hacia temas colaterales de la tesis principal. Temas que podrían, tal vez, deberse a las libertades de una escritura ensayística generalmente menos constreñida por imperativos de concentración y rigor cohesivos, como así también por cierta inconsistencia en la construcción del corpus, ya que en pocas ocasiones se observa la introducción de portadas carentes de retrato, o bien de revistas para hombres en el capítulo que examina las femeninas, sin que tales inclusiones sean debidamente justificadas por alguna hipótesis ad hoc.

- 18 En este marco, la tesis se configura con una pertinencia mayor en los casos de revistas –cualquiera fuere su género - cuyos números están dedicados a celebridades (capítulo 1), como así también en las publicaciones destinadas a las mujeres y a la moda (capítulo 3), en las que el rostro de tapa asume cierta responsabilidad ^[32] a la hora de construir figuras textuales de identificación en recepción, aún cuando raramente se avance más allá de su mera constatación para precisar, por ejemplo, cuáles coenunciadores ^[33] se configurarían cada vez y a través de qué estrategias discursivas. La pertinencia del enfoque comienza a resentirse en las revistas de noticias (capítulo 2), ya que en ellas no siempre las personalidades políticas o de otro orden ocupan la tapa. En ellas el análisis se desplaza al fotoperiodismo pormenorizando sus hallazgos y determinaciones técnicas, sus discusiones en torno a la objetividad y las variadas fuentes estéticas de donde abreviarían. Similar viraje ocurre en el examen de las publicaciones *contraculturales* (capítulo 4), donde una esperable puntualización de disrupciones en el retrato de tapa se diluye sin más en la advertencia de que "las portadas contraculturales, sin embargo, usan un más complejo set de signos para identificarse con sus lectores. No es sólo suficiente con sustituir la cara en el marco: (...) rechazar *el status quo* requiere que el mismo marco sea trastocado, desfigurado o roto" ^[34] (Taylor 2006: 168). Y se opta entonces por relevar diferentes experimentaciones formales (como, por ejemplo, la "inmutabilidad del logo" varía en cada número), muchas de ellas fuera de los límites de las portadas. Se narra luego la historia particular de ciertas publicaciones asociadas con las distintos segmentos y minorías que comienzan a proliferar en las postrimerías de los años setenta (*teens*, grupos étnicos, prensa gay y feminista, *fanzines punk*) y finaliza con la inevitable discusión sobre la viabilidad de lo alternativo en el negocio editorial, ya que "la lucha del orden establecido para 'absorber la disidencia' es un proceso complicado en el que pérdidas y victorias no son siempre tan claras" ^[35] (Taylor 2006: 176).
- 19 El último capítulo tiende a restringir la focalización en los rostros de tapa, confinándola a modo de colofón de un pormenorizado desarrollo previo más orientado a reiterar el escenario extremadamente competitivo y la concomitante responsabilidad de diferenciación de las portadas, ya que "el advenimiento de la televisión catalizó un profundo re-encuadramiento del rol de las revistas en la cultura y una etapa de permanente cambio, en el cual el diseño de tapa se tornó en un diferenciador esencial en medio de un expandido universo de títulos especializados" ^[36] (Taylor 2006: 202); donde "ningún área editorial está inmune. Incluso las revistas de negocios se han quitado sus estereotipados grilletos y entregado sus portadas a la diferenciación guiada por el diseño" ^[37] (Taylor 2006: 215). Dado tal contexto, desde los años sesenta en adelante se habría desatado en el ámbito de las portadas "una pelea en curso; las fuerzas del conservadurismo y el comercialismo enfrentadas a los innovadores y experimentadores" ^[38] (Taylor 2006: 202).
- 20 La invención del rol del director de arte, las distintas soluciones transaccionales entre diseño gráfico y publicitario, las variadas influencias de diversas corrientes estéticas, el reemplazo de la ilustración por la fotografía de tapa, las múltiples contribuciones de editores, diseñadores y títulos emblemáticos, la creciente importancia de las innovaciones tipográficas a medida que los títulos comienzan a ganar portadas, el "nuevo panorama de negocios engendrado por la transformante ubicuidad de Internet" ^[39] (Taylor 2006: 216), todo este conjunto de fenómenos – a cuya descripción se destina la mayor parte del capítulo - conformaría el profuso entramado de desafíos del diseño de las tapas de revistas en los últimos cien años, permanentemente guiado por el "trabajo de diseñadores y directores de arte quienes abordan frescos diálogos entre lo comercial y lo creativo" ^[40] (Taylor 2006: 212).
- 21 Recién hacia el cierre del capítulo reingresa someramente la tesis de *la diseminación del rostro correcto en las personas correctas* mediante las portadas, para atribuir su coexistencia con aquellas otras donde hay una fuerte presencia del componente de títulos a la "dicotomía por excelencia de principios del siglo veinte entre lo individual y la idea" ^[41] (Taylor 2006: 216), sin que se precise con claridad el alcance y sentido de estos dos términos contrapuestos que, a veces, parecieran asimilarse a emocional y racional respectivamente. Luego la argumentación se limita a desmentir una conjetural muerte del retrato de tapa, que sería aparente, ya que "la situación en general luce más

como: El rostro ha muerto, larga vida al rostro. A despecho del poder de la idea (...) la gente aún ansía la conexión humana" ^[42] (Taylor 2006: 216) Y el capítulo concluye con un augurio algo desconcertante, cuando no confuso, que lejos de recaer sobre el retrato, lo hace sobre el diseño en general de las portadas, que "continuará persiguiendo ambos ideales: el 'encuentro de mentes' consecuente en la articulación de ideas abstractas mediante experimentación e innovación y compromiso emocional. Como siempre, cuando un despierto diseñador pueda entretener esas agendas en un solo artefacto, la portada de revistas tendrá todavía el potencial para forjarse un espacio icónico para sí en un ambiente mediático inundado con demandas a nuestra preciosa atención" ^[43] (Taylor 2006: 216).

4. Merodear en lugar de asaltar

- 22 Seguir las propuestas de Grow y de Taylor alienta la expectativa de una revelación que finalmente no se produce. Porque qué sería, en definitiva, una tapa: ¿el lugar de articulación entre lo simbólico y lo icónico para atraer la atención hacia lo que ella recubre o encierra?, ¿lugar de anclaje de un rostro buscando diferenciación del entorno mediático competitivo al ofrecerse como fuente de identidad, en consonancia con alguno de los múltiples segmentos de una sociedad diversificada?, ¿lugar de apertura y pasaje hacia alguna interioridad, sea ésta la de la propia publicación o la subjetividad de algún eventual coenunciador?, ¿lugar de constitución de la identidad del propio medio o de sus lectores; o de ambos?, ¿lugar de tensión entre la industria y el arte, la fórmula y la innovación? ¿lugar de captura y seducción?...
- 23 En todos los casos, de manera larvada, está diversamente aludido o *merodeado* su estatuto de dispositivo, sin que por ello esa condición sea de algún modo enteramente explorada, sino más bien asediada, a partir de tomar, la más de las veces, la portada como un objeto empíricamente dado. Y éste es uno de los aspectos comunes subyacente a las diferentes proposiciones de ambos autores, como también lo es la tendencia a fundar, parcial o enteramente, la diacronía textual en la intervención de individualidades, a descargar en los procesos de creatividad los factores de diferenciación, a correlacionar -de modo no del todo feliz - fenómenos puntuales con otros de vasta generalidad y heterogeneidad, y a insistir en la noción de reflejo entre serie discursiva y social.



Notas al pie

¹ *Magazine Cover and Cover Line. An Illustrated History* se encuentra en <http://aejmcmagazine.bsu.edu/Testfolder> (Volver al texto)

² Para Luhmann observar es elaborar una distinción, una operación que tiene siempre dos partes: designar lo que será observado y, con ello simultáneamente, indicar también la existencia de otra parte que, al menos provisionalmente, no se *registra*. La observación sería una operación que utiliza una distinción para marcar una parte y no la otra. Por eso la distinción es el *punto ciego* que, en cada observación, se presupone como la condición de su posibilidad: gracias a él se puede ver algo pero no todo. De ahí la necesidad de una *observación de segundo orden*, que se produce cuando se observa a un observador en cuanto observador. *En cuanto observador* significa respecto del modo y la manera como observa, es decir, en relación con la distinción que utiliza para marcar un lado y no otro, tornando así "observable la inobservabilidad de la observación de primer orden". (Luhmann 2005:61) (Volver al texto)

³ Like newspapers, they began an article (Volver al texto)

⁴ It uses a generic illustration in a symbolic manner to evoke the spirit of the publication, without revealing any of this issue's specific contents (Volver al texto)

⁵ read the Bible, and pictures, as allegorical messages requiring active interpretation. (Volver al texto)

⁶ Pictures That Need No Words (Volver al texto)

⁷ Títulos que, según advierte cuando analiza la tapa de Mc Clure's de julio de 1916, en muchos casos, antes que dar cuenta de los contenidos, referían los nombres de

colaboradores del número y del ilustrador de tapa. (Volver al texto)

8 Aludida casi con los mismos términos que hemos empleado aquí, al observar, en relación a un número de *Mc Clure's*, que "This cover is about the celebrity of the magazine's authors and illustrators." (Grow 2002)(Volver al texto)

9 excellent photographs existed at the time. (Volver al texto)

10 Análisis de las tapas de *Life*, *Carmel*, *Rolling Stone* y *Esquire*(Volver al texto)

11 Se siguen aquí los diversos desarrollos que en torno a esta noción han sido formulados principalmente por Oscar Traversa, con especial atención a los presentes en el artículo "Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo ", en este mismo número.(Volver al texto)

12 to draw readers inside in a more definite way than the cover art could accomplish. (Volver al texto)

13 art and type have achieved a symbiotic, mutually supportive relationship(Volver al texto)

14 where the endless restlessness of constant creativity within narrow constraints reflects the nature of the industry(Volver al texto)

15 Thanks in part to innovations by designers like Herb Lubalin (...) typography became artistic elements in their own right, and (...) became central elements in cover design(Volver al texto)

16 Aunque inicialmente Teoría del Reflejo designa aquellos enfoques mecanicistas presentes en cierta tradición marxista -que entienden el arte como corolario de la infraestructura económica -, por extensión se aplica a toda visión *ingenua* y *determinista* de lo discursivo entendido como resultado o consecuencia de una causa primera, esto es, el contexto socio-histórico; y se opone, así, a otras postulaciones según las cuales lo que se denomina mundo o realidad no es exterior al lenguaje sino, por el contrario, en parte construido gracias a su mediación.(Volver al texto)

17 women, African-Americans, other ethnic groups, homosexuals, the disabled, working classes, and the elderly became cover stories in their struggles for equity (Volver al texto)

18 began to reflect the astonishing diversity of humanity (Volver al texto)

19 the diversity of typographic styles proclaimed that magazines understood new readers in new ways (...) to meet their needs(Volver al texto)

20 new software for manipulating text and for combining text with type, and the full revolution of digital type that matured in the '90s.(Volver al texto)

21 Neville Brody es el diseñador a cargo de la edición gráfica del libro de Steve Taylor, el otro autor del que aquí nos ocupamos(Volver al texto)

22 young designers whose magazines were too poor to afford expensive photographers (such as Neville Brody and David Carson, who even made many of their own fonts). (Volver al texto)

23 (...) lack of competition. Confident in its audience, each of these magazines can present a cover with a single focus, amplified by minimal cover lines, because a dozen similar covers are not competing for reader attention(Volver al texto)

24 magazine covers today reflect our ambivalent dance with language, categorical thought, global media, the ubiquity of advertising and spin, the colonization of our thinking by culture, and the supermarket of proliferating but limiting choices brought to us by multinational corporations(Volver al texto)

25 The early 2000s are so immersed in commercial typography, channel-hopping, web-surfing, consumer culture, competing values, and objects clamoring for attention that the picture of a cover model cheerfully or seductively immersed in a forest of words may seem to us a mere depiction of daily normality -- a normality both reflected by and fueled by the words on the covers of magazines(Volver al texto)

26 El análisis de escenarios competitivos entre medios gráficos y las estrategias de circunscripción de lectores han sido objeto de estudio de diversos autores, entre los que se cuentan Sofia Fisher, Eliseo Verón, Oscar Traversa, Oscar Steimberg.(Volver al texto)

27 Revistas de celebridades, femeninas y de modas, revistas de noticias de interés general y revistas "contraculturales". (Volver al texto)

28 (...) consensus in American and European culture began to fragment into tribes and niches in the early 1960s, magazines adapted to (...) capitalise on the unsuitability of television, in its pre-multi-channel phase, as a medium for addressing specific sectors.(Volver al texto)

29 plethora of even smaller, more specialized audiences(Volver al texto)

30 In (...) Western society we have to get the raw material of identity wherever we can find it. And magazine covers – which uniquely combine their pervasive public and

private presence with a mirroring of the very thing that defines and communicates our essential individualism, the human face – are in pivotal position to offer us compelling clues as to who we might be or become (Volver al texto)

31 The breakdown of mass culture that resulted from post Second World War affluence and confidence (...) opened up a new role for the magazine cover: disseminating the right face to the right people. It became the most powerful marketing tool available to niche publishers (Volver al texto)

32 Se impone establecer en este punto una cierta distancia respecto del énfasis que recae en la elección de la modelo de tapa. Si bien desde la perspectiva de la producción sería una cuestión central y estratégica para los operadores (diseñadores, editores, entre otros actores), los análisis discursivos, en cambio, relativizan dicha centralidad. Ver por ejemplo el trabajo de Eliseo Verón y Sofía Fisher: el examen allí realizado demuestra que la configuración de coenunciadores en las revistas femeninas está principalmente a cargo del componente escrito y los rostros femeninos cumplen un papel complementario. Nuevamente nos encontramos aquí con el juego de lo visible e invisible, según fuere el nivel observacional en que se sitúa el análisis. (Volver al texto)

33 El término coenunciador se toma aquí siguiendo, en alguna medida, las observaciones de Eliseo Verón y Sofía Fisher en el análisis enunciativo de las tapas de revistas femeninas en las que la construcción textual del copartícipe (a partir de estrategias escriturales) se torna en un elemento crucial para la diferenciación. Dado que el orden semántico es limitado, las operaciones de singularización se realizan en el plano enunciativo. (Volver al texto)

34 Counter-cultural covers, however, use a more complex set of signs to identify with their readership [34]. It is not enough to just replace the face in the frame (...): rejecting the *status quo* requires that the frame itself be disrupted, defaced or broken (Volver al texto)

35 "the struggle of the established order to 'absorb dissident' is a complicated process in which the losses and victories are not always so clear" (Volver al texto)

36 the advent of television catalysed a profound re-framing of the magazine's role in a culture and a stage of permanent change, in which cover design became an essential differentiator within an expanding universe of specialized titles (Volver al texto)

37 No area of publishing is immune. Even the business magazine has thrown off its formulaic shackles and given over its covers to design-led differentiation (Volver al texto)

38 ongoing tussle, the forces of conservatism and commercialism pitted against the innovators and experimentalist (Volver al texto)

39 the new business landscape engendered by the transforming ubiquity of the Internet (Volver al texto)

40 the work of designer and art directors who broach fresh dialogues between the commercial and the creative (Volver al texto)

41 quintessentially early twenty-first century dichotomy between the individual and the idea (Volver al texto)

42 looks more like: The Face is dead, long live the face. Despite the power of the idea (...) people still crave a human connection (Volver al texto)

43 Magazine cover design will continue to pursue both ideals: "the meeting of minds" consequent on the articulation of abstract ideas through experimentation and innovation and emotional engagement. As always, when a smart designer can weave these agendas together in a single artefact, the magazine cover still has the potential to carve out an iconic space for itself in a media environment deluged with demands on our precious attention (Volver al texto)



Bibliografía

Fisher, S. y Verón, E. (1986) "Théorie de l'énonciation et discours sociaux", en *Etudes de Lettres. Langage et connaissance*, Faculté des Lettres Université de Lausanne, oct-déc

Grow, G. (2002) *Magazine Covers and cover lines. An illustrated history*, aejmcmagazine.bsu.edu/Testfolder

Luhmann, N. (2005) *El arte de la sociedad*, México, Herder

Moyinedo, S. et al. (2008) "Los cruces entre arte y crítica de arte en la era poscrítica" (en prensa)

Schaeffer, Jean-Marie (1990) *La imagen precaria del dispositivo fotográfico*, Madrid, Cátedra.

Taylor, S. (2006) *100 years of magazine covers*, London, Black Dog Publishing Limited

Traversa, O. (2008) "Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la

noción de dispositivo” en este mismo volumen.



Autor/es

María Silvina Tatavitto Profesora en Letras (UNNE). Se desempeña como docente e investigadora en el Instituto Universitario Nacional del Arte y en la carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Ha publicado trabajos inscriptos en los desarrollos semióticos aplicados a los medios masivos.

silvintata@yahoo.com.ar

<http://www.revistafiguraciones.com.ar>

Instituto Universitario Nacional de Arte - IUNA Crítica de Artes

Yatay 843 (C1184ADO) Ciudad Autónoma de Buenos Aires 54 011 4861.0324



Realizar comentario

Comentario

Nombre y apellido

E-mail

Referencias personales (opcional)

Enviar