

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

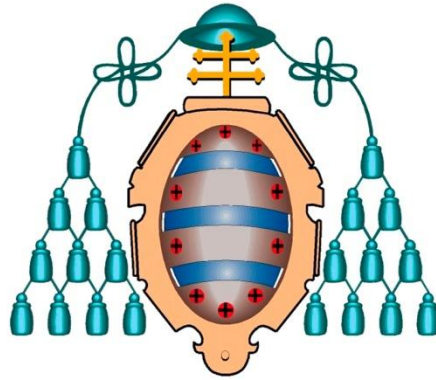
Facultad de Filosofía y Letras

**El arte que envuelve los surcos.  
Aspectos más significativos del diseño de carpetas discográficas  
del pop español**

Oviedo, 2013



**El arte que envuelve los surcos.  
Aspectos más significativos del diseño de carpetas discográficas  
del pop español**



UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Facultad de Filosofía y Letras

**Máster Interuniversitario en Patrimonio Musical  
por las Universidades de Oviedo, Granada e Internacional de Andalucía**

Curso académico 2012-2013

Trabajo Fin de Máster

**El arte que envuelve los surcos.  
Aspectos más significativos del diseño de carpetas discográficas  
del pop español**

Autor:

**Ioseba E. Parra de la Horra**

Director de la investigación:

**Dr. José Antonio Gómez Rodríguez**

El Tutor

Firma manuscrita en azul del Dr. José Antonio Gómez Rodríguez.

Dr. José Antonio Gómez Rodríguez

El Alumno

Firma manuscrita en azul de Ioseba E. Parra de la Horra.

Ioseba E. Parra de la Horra

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi tutor José Antonio Gómez Rodríguez, por su total dedicación, no solo en su labor de director de esta investigación, sino también durante mis estudios de Máster.

Al personal de la Biblioteca Universitaria, por su gran ayuda y profesionalidad.

Al Doctor Eduardo Viñuela Suárez, quien tras concluir su labor de dirección en mi Trabajo Fin de Grado, me animó a continuar mi formación.

A todos los entrevistados por su paciencia y buena disposición.

A Pablo Fraile Suárez por su gran ayuda a la hora corregir mis dudas sobre diseño gráfico y estilos artísticos.

A mis compañeros de Calibre 33: Jesús Álvarez Menéndez, Johan Feito Amieva y muy especialmente a Ramón Pérez de la Fuente, por su inestimable ayuda a la hora de poner a mi disposición tanto su biblioteca personal como sus amplios conocimientos sobre el pop nacional.

A mi familia. Por todo el apoyo a lo largo de los años. Y en especial a Cristina Secades Cicero, sin cuyo apoyo nunca hubiese vuelto a retomar mis estudios en busca de un mejor futuro para ambos.

# ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN .....	5
I.1. Justificación del tema .....	5
I.2. Objetivos.....	6
I.3. Estado de la cuestión .....	7
I.4. Metodología.....	9
I.4.1. Pasos de la investigación .....	10
I.4.2. Hipótesis de trabajo .....	11
I.4.3. Trabajo de campo .....	14
I.5. Cronología de la investigación .....	15
II. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
II.1. Historia de la industria musical.....	16
II.1.1. Primeros pasos de la industria discográfica .....	16
II.1.2. Los «record bags» .....	17
II.1.3. Alex Steinweiss .....	17
II.2. Diseño gráfico .....	20
II.2.1. Relación entre diseño gráfico aplicado a las portadas discográficas y comunicación .....	20
II.2.2. Semiótica.....	21
II.2.3. Lectura de imagen .....	22
II.2.3.1. Lectura denotativa .....	22
II.2.3.2. Lectura subjetiva.....	28
II.3 El diseño gráfico de las portadas discográficas españolas .....	28
II.3.1 La industria discográfica nacional ante el fenómeno pop .....	28
II.3.2 La imagen del pop nacional.....	31
II.4. Análisis de portadas discográficas nacionales .....	36
II.4.1. Principales recursos reconocidos en esta investigación .....	36
II.4.1.1. La representación del artista.....	36
II.4.1.1.1. El retrato clásico .....	37
II.4.1.1.2. El retrato psicológico.....	37
II.4.1.1.3. El artista <i>mainstream</i> como modelo de moda .....	38
II.4.1.2. El retrato de grupo .....	38
II.4.1.3. Rostro .....	39
II.4.1.3.1. Rostro incompleto.....	40
II.4.1.3.2. Detalle de la cara .....	41
II.4.1.4. Representación de directo.....	41
II.4.1.5. Ilustración .....	42

II.4.1.5.1. Caricatura-cómic.....	42
II.4.1.5.2. Cuadro.....	42
II.4.1.5.3. Fantasía épica.....	44
II.4.1.5.4. Retrato.....	44
II.4.1.6. Instrumentos musicales .....	45
II.4.1.7. Onírico .....	45
II.4.1.8. Paisaje.....	46
II.4.1.9. Logotipos y tipografías.....	47
II.4.1.10. Collage.....	47
II.4.1.11. Abstracto.....	48
II.4.1.12. Tendencias minimalistas .....	48
II.4.1.12.1. Diseño minimalista .....	49
II.4.1.12.2. Diseño informático minimalista .....	49
II.4.1.12.3. Minimalismo textual.....	49
II.4.1.13. Paralelismos, guiños y referencias .....	49
II.4.1.14. Periódicos y revistas .....	50
II.4.1.15. Ventanas .....	51
II.4.2. Lecturas de imágenes de diversas portadas discográficas españolas .....	52
III. CONCLUSIONES.....	70
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	75
V. ANEXOS .....	78
V.1. Índice de informantes.....	79
V.2. Transcripción de las entrevistas realizadas a los informantes .....	80
V.3. Índice de imágenes.....	169
V.4. Ejemplos de imágenes de los recursos reconocidos en este trabajo .....	175
V.5. Ejemplos de lectura de imagen .....	197
V.6. Trabajos realizados por los entrevistados .....	206

# **I. INTRODUCCIÓN.**

## **I.1. Justificación del tema.**

La industria discográfica descubrió de manera casual que una sencilla ilustración floral en los sobres de papel kraft que servían de envoltorio a los discos, incrementaba sustancialmente las ventas frente a los que carecían de él. Conscientes ya del poder de la imagen, se valieron del diseño gráfico aplicado a las cubiertas de sus discos como un reclamo comercial, convirtiéndose dicho soporte en lienzo para todo tipo de artistas plásticos, cuyos trabajos han logrado ocupar un espacio en el ámbito cultural.

Las carátulas de los álbumes discográficos suelen despertar nuestro interés, las imágenes que el diseñador gráfico, pintor o fotógrafo han escogido, nos resultan extrañamente poderosas, irresistibles, aún siendo nosotros ciudadanos que vivimos en una sociedad en la que nos vemos continuamente bombardeados por miles de estímulos visuales. Esto se debe a que, como en otras disciplinas artísticas, los autores han sabido encontrar la forma de pulsar nuestra fibra emocional, aquello que los antiguos griegos conocían como «los afectos», pero con la particularidad del uso de un lenguaje visual muy directo e íntimo, en algunos casos mostrándonos escenas inacabadas, que invitan al espectador a que las termine en su mente.

Recientemente la industria discográfica ha anunciado el abandono de los formatos físicos utilizados hasta el momento. Esto supondrá el fin de la relación entre el disco en el que se registra la música y la carpeta protectora, que desde finales de los treinta del siglo pasado ejercía una labor tanto de protección-transporte, como promocional-artística. Es por esta razón que conociendo los momentos que delimitan este periodo, nos encontramos ante el momento adecuado para poder disfrutar de una visión completa del conjunto.

Han sido necesarias varias décadas para que el fenómeno «pop» haya dejado de ser concebido en nuestro país como concepto musical simplón, para adquirir una verdadera consideración de movimiento cultural.

Debido al creciente interés de la comunidad académica por la cultura pop, hemos podido disfrutar de trabajos muy interesantes sobre comunicación audiovisual orientada a la relación que existe entre música e imagen en movimiento. De esta manera creo que se justifica mi propuesta de realizar un trabajo de investigación en el cual se aborde



dicha relación desde el punto de vista de la imagen estática, decidiéndome pues por el tema de las carátulas discográficas de música pop españolas.

A diferencia del desarrollo que el género tuvo en otros países, la situación política vivida en España en el periodo del nacimiento del fenómeno pop condicionó la forma de ser representada, presentando una serie de rasgos particulares que influirían en su evolución en las siguientes décadas, lo cual añade mayor interés a su estudio.

Dos son las razones principales que me mueven a investigar este tema. En primer lugar, la fuerte vinculación que me une a él, al haber nacido y crecido rodeado de álbumes de vinilo. En segundo lugar, por haber recibido una formación académica en el ámbito audiovisual. Dicho conjunto ha despertado en mí un especial interés en profundizar no solo en los rasgos del estilo, sino en el impacto social que dichas imágenes creaban.

Desde el punto de vista académico, una de mis mayores preocupaciones se centra en el rápido olvido al que puede verse relegada esta manifestación artística, pues soy consciente de que los jóvenes no conciben ya la reproducción musical en los formatos físicos y es de suponer por tanto que en unos pocos años desconozcan que hubo un tiempo en que se producía dicha asociación, y, por consiguiente, la relación que existía entre cubierta y arte gráfico.

Es por esto que creo que nos encontramos ante el momento idóneo para llevar a cabo este tipo de investigación, un estudio profundo que deje constancia de esta manifestación artística y reivindique la labor de los diseñadores gráficos nacionales.

## **I.2. Objetivos.**

- Realizar un estudio exhaustivo sobre las portadas discográficas del pop español a lo largo de su historia, a fin de conocer sus etapas y evolución.
- Prestar atención a las tendencias del diseño propias de cada época, así como a los rasgos propios de los diversos estilos musicales.
- Reconocer los estilos más empleados en las diferentes épocas, así como los momentos en que se introdujeron nuevas técnicas.
- Detectar la influencia de los estilos internacionales y conocer las particularidades de sus versiones españolas.
- Realizar entrevistas a diseñadores de portadas discográficas, a fin de conocer:

- Su formación artística.
- Sus influencias plásticas y musicales, a fin de comprobar si éstas se reflejan en sus obras.
- Las formas más comunes de ejercer la profesión en nuestro país (*freelance*, en un estudio de diseño, formando parte del departamento de una compañía discográfica, etc.).
- Forma en que se realizan los encargos: si estos se llevan a cabo respondiendo a unas directrices trazadas por los artistas, por la compañía discográfica o si, por el contrario, disponen de libertad plena para su creación.
- Las diferentes fases del proceso creativo, desde la planificación hasta el momento de la entrega.
- Su opinión particular acerca de si reconocen una evolución en el diseño aplicado a las portadas de los discos o si por el contrario creen que dicha evolución está estancada ante la amenaza de la posible desaparición de los formatos físicos.
- Averiguar si el intrusismo profesional ha supuesto una rebaja en la calidad o si por el contrario ha introducido enfoques innovadores.
- Elaborar una lista de los recursos gráficos más comunes en los diseños de portadas discográficas españolas.
- Extraer conclusiones sobre el nivel creativo de esta disciplina en nuestro país.

### **I.3. Estado de la cuestión.**

Poco se ha escrito en nuestro país sobre portadas discográficas desde un punto de vista académico. Si bien el mercado editorial ha potenciado la aparición de obras sobre el movimiento pop a fin de satisfacer a un creciente sector del público, hemos de reconocer que en la mayoría de los casos dichos trabajos resultan dispersos y de poca profundidad.

Ante esta situación, debemos comenzar prestando atención a aquellos libros que, aún no abordando el tema musical, sí comentan aspectos plásticos, y de los cuales es posible sacar conclusiones. Este tipo de obras, tanto en nacionales como extranjeras, podemos empezar a encontrarlas a mediados de los setenta. Un ejemplo es *El arte después del pop*, de John Walker (1975), cuyos planteamientos continúan teniendo vigencia en nuestros días.

Desde entonces y hasta finales de los ochenta, algunas editoriales crearon pequeñas colecciones *Rock-pop* (Cátedra), *Rock-Salvat* (Salvat), *Los Juglares* (Júcar), cuyos textos recayeron sobre escritores noveles y periodistas musicales. Este hecho supuso en muchos casos una visión subjetiva, pobre y que respondía a intereses promocionales.

Durante los noventa, editoriales como La Máscara crearon diversas colecciones, tales como *Imágenes del rock*, en la que se daba cabida a pequeñas biografías acompañadas de cuidadas fotografías, o *Todas las músicas*, orientada a biografías de artistas pop, con un evidente trabajo de investigación y presentadas siguiendo un cuidado estilo.

Siguiendo la dirección marcada por La Máscara, tanto la editorial Planeta como Alianza Editorial, comenzaron a publicar estudios sobre música popular, no solo biografías, sino estudios en torno a la música pop española en sus diferentes décadas, recomendaciones discográficas o historias de los movimientos músico-culturales del siglo XX.

A partir del año 2000, el mercado se disparó y se presentaron multitud de libros biográficos sobre bandas nacionales, en especial de aquellas que gozaron de gran popularidad durante los ochenta. Asimismo, se publicaron varios volúmenes en torno a la llamada «movida madrileña».

A un nivel más académico, se tradujeron al castellano obras de referencia internacional, como la *Historia del rock, el sonido de la gran ciudad*, de Charlie Guillett (2008).

En los últimos años, se hacen cada vez más frecuentes en nuestro país libros cuya temática son los propios discos. Lamentablemente, estos suelen tratar solo aspectos de la obra musical, la grabación o el impacto que han tenido en el público. Buen ejemplo de ello lo encontramos en *Los discos esenciales del pop español*, de Jesús Ordovás (2010), quien en las correspondientes fichas que acompañan las ilustraciones, tuvo a bien incluir los nombres de quienes aportaban la idea del diseño de la cubierta, cometiendo sin embargo el error de limitarse tan solo a eso.

El otro libro del que podríamos extraer aspectos interesantes en cuanto a portadas de discos es *Veneno en dosis camufladas: la censura en los discos del pop-rock*, escrito por Xavier Valiño (2012). Desgraciadamente, el tema nacional se desvía rápidamente hacia la censura de los discos internacionales y las adaptaciones necesarias para permitir su distribución en el mercado español.

Por último, existe un tipo de libro, que en principio podríamos pensar reúne toda la información referente al arte de las carátulas de discos. Se trata de libros de gran tamaño, con enormes ilustraciones (no siempre de buena calidad) que responden a títulos como «Las cien portadas imprescindibles del rock» o «Las mejores portadas de discos de la historia», pero que resultan decepcionantes por la escasa cantidad de texto y su poca profundidad, que se suele reducir a una pequeña mención al autor de la obra, anécdotas sobre los músicos y la impresión que causó la obra en el público y la prensa.

En otros países existen libros similares a estos últimos, pero dedicados en exclusiva a la obra plástica de un diseñador gráfico. Sin embargo en nuestro país no existe un libro de estas características, dedicado a recopilar las obras y que aporte información sobre el artista y los procesos de creación de las obras, aun cuando artistas de fama internacional, como Ceesepe, Pablo Pérez Mínguez, Óscar Mariné, Calpurnio, Ouka Lele o Antonio Lax, se han dedicado en algún momento a ilustrar portadas de discos.

Llama la atención que algunas biografías de grupos nacionales presten mayor interés a las carpetas de sus discos que el que el prestan monografías directamente relacionadas con el tema. Buen ejemplo de ello es *Burning. Veneno del rock*, de Ricardo Moyano García y Carlos Rodríguez Duque (2010), que no se limita a nombrar de pasada al creador de cada obra, sino que analizan en profundidad los detalles de las diferentes carpetas del grupo.

#### **I.4. Metodología.**

Para abordar esta empresa debemos adoptar una visión interdisciplinar de diversos ámbitos, tales como la publicidad, la tecnología, la industria musical, el poder de la imagen en el siglo XX y cómo el ciudadano se ha ido educando en la lectura de la imagen, pues para comprender las distintas corrientes estilísticas desarrolladas en España, primeramente debemos conocer los orígenes de la industria musical, su posterior relación con el diseño gráfico.

Con ello construiré un adecuado marco epistemológico sobre el cual poder analizar en profundidad esta disciplina artística, ensalzada a nivel mundial y sin apenas reconocimiento en nuestro país. Me servirán de guía los trabajos previos de otros investigadores, tales como los de Palomares Moral, Cruz García, Fraile Prieto y Radigales, los cuales, aunque no hayan enfocado sus investigaciones al tema que me

ocupa, sí han establecido unas líneas en torno a las relaciones entre la imagen y la comunicación visual.

Pretendo así por una parte analizar las transformaciones que tuvieron lugar en España y dejar constancia de si después se mantuvieron los estilos foráneos o se impusieron los de los creadores nacionales. Por otra parte, pretendo conocer la formación artística de estos, sus influencias plásticas, y si tomaban como referencia las portadas de discos internacionales o por el contrario buscaban desmarcarse de dichos trabajos.

#### **I.4.1. Pasos de la investigación.**

Con la intención de dar respuestas a lo planteado en los objetivos, planteo trazar una línea de actuación que me permita adquirir el mayor grado de conocimientos sobre la cuestión, que complemente mi formación y sirva para corregir los conceptos erróneos que pudiera tener.

Para poder estudiar la evolución y estilos de las portadas discográficas en el pop español he de conocer tanto la mayor cantidad de obras posibles como la forma de trabajar de los creadores de esta disciplina artística.

Es por ello que comenzaré estudiando en profundidad la bibliografía nacional sobre caratulas discográficas del pop español, después de investigar si existen trabajos académicos que estudien el tema y, de confirmarse esta posibilidad, acceder a ellos. A continuación, consultar la bibliografía que aborde de forma periférica el género de las portadas pop y por último aquellas publicaciones que traten sobre portadas de discos internacionales.

Consultada la bibliografía específica, buscaré todo tipo de documentos (libros, publicaciones, tesis...) tanto nacionales como internacionales que se ocupen de la relación entre el diseño gráfico y su aplicación en el campo discográfico, y del proceso de comunicación que se puede dar entre el creador de una obra y su público.

La segunda línea de trabajo consistirá en recopilar un considerable número de portadas discográficas. Para llevarlo a cabo solicitaré catálogos a compañías discográficas y descargaré imágenes que los coleccionistas alojan en páginas y foros de internet.

Una vez creado mi propio fondo de catálogo lo estudiaré en profundidad, lo cual me permitirá identificar los rasgos y peculiaridad de las obras para, a partir de ahí,

establecer categorías según los rasgos más recurrentes, así como conocer la evolución de esta disciplina, la introducción en ella de diferentes estilos, las tendencias estéticas propias de cada época y la influencia recibida o no del extranjero.

El siguiente paso consistirá en conocer de primera mano cómo se realiza una caratula discográfica y cómo se producen los encargos. Considero que la mejor manera de averiguarlo es contactando directamente con artistas que se dediquen o hayan dedicado a ilustrar carpetas de discos. Gracias a los nombres que aparecen en el fondo de caratulas, bibliografía, y haciendo uso de mi agenda personal, elaboraré un listado de diseñadores gráficos. Una vez realizada dicha lista procederé a ponerme en contacto con ellos telefónicamente, empleando las direcciones de correo electrónico que encuentre en sus páginas web o por mensajería de redes sociales. Una vez explicadas las razones de mi investigación se les solicitará una entrevista personal.

Llevaré a cabo la elaboración del cuestionario para la entrevista, en el cual deben reflejarse y ampliarse de manera clara y concisa aquellos puntos planteados en mis objetivos, a fin de confirmar las hipótesis planteadas.

Al final de este largo proceso podré conocer los principios que llevaron al nacimiento de la caratula discográfica, identificar los lenguajes gráficos empleados por los diseñadores, las características e historia de las portadas pop nacionales para así realizar con ellas un estudio de casos y, por último sintetizar las respuestas dadas por los diseñadores en las entrevistas.

#### **I.4.2. Hipótesis de trabajo.**

1. La formación académica de los diseñadores no siempre es especializada.

En los años sesenta y setenta las compañías discográficas podían disponer en su plantilla de diseñadores gráficos profesionales, tuvieran o no una formación académica reglada, habiendo sido seguramente aprendices. La crisis en el sector de finales de los setenta conllevó un severo cambio en las plantillas y hubo un creciente interés por contratar a prestigiosos artistas. Con el paso de los años el intrusismo laboral iría en aumento.

2. Los diseños nacionales han seguido los patrones marcados por las tendencias imperantes en el extranjero.

En los sesenta, la música pop no tenía buena consideración por parte de las autoridades, por lo cual, para evitar cualquier tipo de problema con la censura, los

diseños respondían a unos patrones muy marcados y repetitivos. Si un disco extranjero pasaba dicha censura, las composiciones del grupo, formas de vestir y poses ante la cámara eran copiadas tal cual por nuestros diseñadores. Durante los setenta quizá se buscó una identidad propia, aunque se cayera también en la repetición de clichés. En los ochenta se llega a un «todo vale» en el que se alternan originalidad, homenaje y plagio descarado.

3. El artista encargado de ilustrar una portada, imprime en su obra sus influencias artísticas, tanto plásticas como musicales.

No resulta difícil reconocer referentes pictóricos como Pablo Picasso, Andy Warhol, Salvador Dalí o Jasper Johns, entre otros, en nuestros ilustradores. El compositor José María Cano ilustra sus portadas con encargos a su alter ego «Cano de Andrés», quien trabaja a medio camino entre la escultura y la pintura gracias a la técnica conocida como encáustica. Más limitadas en cambio son las posibles referencias a prestigiosos fotógrafos.

4. La profesión de diseñador de portadas no es un trabajo regular.

La propia naturaleza puntual de los trabajos impide que un diseñador se dedique en exclusiva a esta faceta, a menos que sea muy reclamado y bien pagado por ello, pero aun así, la crisis del sector y el anuncio de su fin, supone igualmente el final de esa posibilidad. Con mucha seguridad, se podría suponer que la gran mayoría de los diseñadores de portadas tienen que aceptar trabajos en otras ramas del diseño.

5. Con el tiempo los departamentos de publicidad de una compañía discográfica ya no tendrán un área de diseño gráfico propio.

Las compañías encargan las carpetas discográficas a diseñadores *freelance* o a estudios de diseño gráfico, de esta manera, se reducen costes de personal y ocupar un espacio físico en el edificio de la empresa.

6. Las obras son creadas bajo encargo, o de manera accidental terminan ilustrando una carátula discográfica.

Actualmente las obras se realizan por encargo, o bien las lleva a cabo un miembro de la banda. Tiempo atrás, desde mediados de los setenta hasta mediados de los noventa solía aportar prestigio que un famoso pintor o fotógrafo realizase el arte de un disco.

Así, cuando se conseguía un acuerdo con el artista, o bien este realizaba un trabajo para la ocasión o entregaba una obra hecha con anterioridad, como es el caso de Ceesepe con Golpes bajos.

7. Estilos más utilizados para ilustrar una carpeta discográfica.

La evolución en el diseño gráfico ha influido en campos como el que nos ocupa. Evidentemente, en el pop la labor promocional del grupo o artista es esencial y podríamos aventurarnos a decir que la técnica fotográfica de retrato es la más recurrida. Sin embargo, no podemos olvidar la enmarcación, el detalle u otras técnicas como la pintura, la caricatura, el logotipo o el muy recurrido collage.

8. El diseñador español se especializa en un campo o tiende a la experimentación.

Algunos de los nombres más importantes de esta disciplina a nivel internacional han sido fieles a un estilo: Mark Wilkinson al fotomontaje, Roger Dean al dibujo con aerógrafo, Mick Rock a la fotografía. En España no se da esa especialización.

9. Suele establecerse una relación de trabajo a lo largo de los años con el mismo diseñador.

En el extranjero son muy habituales las asociaciones entre artista y diseñador, de manera que los seguidores suelen agradecer que haya una línea de estilo a lo largo de los años y que se cree una especie de universo con referencias que el público fiel puede interpretar.

10. Las nuevas tecnologías han supuesto un incremento del intrusismo laboral.

La ilustración del disco cada vez está más alejada de un encargo o negocio. Las grandes compañías apenas apuestan ya por la comercialización del producto discográfico físico, son por tanto las pequeñas bandas emergentes las que publican y distribuyen sus obras, teniendo que trabajar en condiciones tan austeras que las ilustraciones suelen ser realizadas por un diseñador amigo o en la mayoría de los casos por un miembro del grupo.



### **I.4.3. Trabajo de campo.**

Para llevar a cabo la parte eminentemente práctica de esta investigación he realizado entrevistas con los diseñadores gráficos y conocido en la medida de lo posible un gran número de carpetas discográficas del pop español.

Elaboré cuidadosamente un cuestionario que permitiese dar respuesta a las hipótesis, para poder extraer de las entrevistas información útil para la investigación.

Cada una de las entrevistas personales se realizó según el cuestionario, es decir, siguiendo las mismas preguntas y en el mismo orden.

Haber entrevistado a diseñadores gráficos de diversos niveles (de renombre, con proyección internacional, que desempeñan funciones en otras aéreas del diseño y quien tan solo ha realizado trabajos puntuales), me permitió obtener datos concretos que confirmaron algunas y derribaron otras de mis hipótesis.

Otra parte de la investigación la ocupó la elaboración de un fondo de catálogo, que abarca una considerable cantidad de portadas. Una vez fue realizada dicha compilación de archivos, se llevaron a cabo dos pasos:

En primer lugar, al encontrarnos trabajando en esta investigación con imágenes en formato digital, se debían establecer unos cánones que facilitasen trabajar con ellos y en lo posible mejorar la calidad de dichas imágenes. Por ello, establecí trabajar con archivos en .JPG (formato de alta compresión, lo cual aligeraría su peso facilitando la portabilidad y transmisión de los archivos), a una resolución de trescientos sesenta pixeles por pulgada, con un tamaño cercano a los mil cuatrocientos pixeles de altura por la misma medida en anchura, obteniéndose así una visualización a un tamaño y calidad bastante más aceptable de la que suelen encontrarse en los foros de coleccionismo donde suelen ser alojadas este tipo de imágenes.

Es decir, esta parte del trabajo no solo facilitará el siguiente punto al ofrecer mejor calidad de imagen, sino que servirá como labor de recuperación y conservación del patrimonio.

El segundo punto a seguir fue llevar a cabo una cuidadosa observación del catálogo, lo que me facilitó reconocer los recursos gráficos más comunes en las carpetas discográficas del pop español a lo largo de los años.

## **I.5. Cronología de la investigación.**

**-Febrero-abril de 2013:** estudio de la historia de la industria fonográfica y del diseño gráfico aplicado a las portadas de discos consultando hemerotecas y páginas web.

### **-Mayo de 2013:**

Elaboración del modelo de entrevista.

Consultas en bibliotecas, hemerotecas y páginas web.

Creación del fondo de catálogo a analizar.

Establecimiento del contacto con diseñadores a través de: amistades, músicos, páginas web de los estudios de diseño gráfico

**-Finales de mayo-junio de 2013:** realización de las entrevistas en Galicia, País Vasco, Madrid, Cataluña, Valladolid, Guadalajara y Asturias.

**-Mediados de junio:** redacción y elaboración del trabajo.

## **II. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **II.1. Historia de la industria musical.**

#### **II.1.1. Primeros pasos de la industria discográfica.**

Los avances tecnológicos del Siglo XIX también encontraron su aplicación en el campo musical, permitiendo la posibilidad de escuchar música sin necesidad de ejecutantes en directo. Las nuevas tecnologías llevaron la música a cualquier lugar, desde el salón de casa al café de la calle o al salón de baile, sacándola de los «templos» destinados a albergarla durante siglos. Dicha revolución supuso un cambio social, con sus detractores y partidarios, que conduciría a una nueva forma de concebir, recibir y crear la música desde entonces.

Así lo defienden Fraile Prieto y Radigales:

Se empezaba a democratizar el hecho musical mediante la reproductibilidad técnica que permitía acceder a la música en espacios variopintos y sin la necesidad de desplazarse expresamente a un auditorio o teatro para escuchar aquella música que, desde ese momento, tuvo significados, valores y poderes nuevos a partir de los nuevos formatos.<sup>1</sup>

Nadie sospechó que las primeras cajas de música fueran los primeros pasos de la música mecánica. Se trataba por aquel entonces de un juguete, un divertimento curioso que no representaba ninguna «amenaza». A lo largo del siglo XIX diversos inventores buscaron capturar el sonido por medios mecánicos: el teletrófono de Antonio Meucci patentado por Alexander Graham Bell; Valdemar Poulsen y su grabación magnética, o el fonógrafo primero y fonógrafo después de Thomas Alva Edison, son algunos ejemplos de ello.

Pero fue Emile Berliner quien logró un invento que destacaba por su calidad frente a los de sus semejantes: el gramófono (1887). Este artilugio pudo ser comercializado en tan solo seis años, así como unos soportes sonoros llamados discos (en un principio de cinco pulgadas fabricados en ebonita) que podían adquirirse en tiendas de ultramarinos, forjándose poco a poco la industria discográfica.

La competencia no tardaría en aparecer, tanto en la fabricación de aparatos de reproducción como en empresas destinadas a la grabación y distribución de discos.

---

<sup>1</sup> FRAILE PRIETO, TERESA Y RADIGALES, JAUME (2006). “La música en los estudios de Comunicación Audiovisual. Prospecciones y estado de la cuestión”. *Trípodos* 19: p. 113

Durante las siguientes décadas, a pesar de las guerras y crisis económicas, la industria discográfica se asentaría con firmeza, compartiendo espacio con otros medios de entretenimiento como la radio o el cine.

### **II.1.2. Los «record bags».**

Debido a la fragilidad del disco, este debía ser protegido durante su distribución y posterior manipulación, por lo que se recurrió por una funda de papel de estraza con una abertura central en forma de círculo que permitía ver la etiqueta adherida al disco, en la cual se podía leer tanto el título de la obra como el nombre del artista.

Durante los primeros años dicha funda no presentaba ningún tipo de diferencia con respecto a la competencia, aunque las compañías empezaron a trabajar los aspectos gráficos de las etiquetas del disco, en cuanto a color, tipografía o incluso a emplear algún logotipo (casos como los de EMI con su perro o Columbia con dos semicorcheas).

Tras la Primera Guerra Mundial y con las grandes compañías introduciendo departamentos de publicidad, se comenzó a insertar texto en las fundas, a fin de aportar información sobre la obra, como podía ser una breve introducción del contexto en el que se desarrollaba una ópera, o en el caso de la compañía Victor haciendo publicidad de sus próximos lanzamientos.

Sin mayor pretensión que la de adornar dichos textos, poco a poco fueron introduciéndose sencillos diseños florales, celosías o ribetes, de clara influencia Art Decó. Sorprendentemente aquellos discos cuyas fundas fueron ilustradas presentaron un incremento de ventas.

Cabría pensar que todo el sector discográfico apostaría por volcarse en ilustrar sus fundas, pero no resultaba tan fácil, ni tan asequible, y aunque solo las más grandes compañías pudieran permitírselo, se limitaron a ello solo en ediciones especiales (discos dobles, colecciones de lujo, un gran éxito del momento, etc.).

### **II.1.3. Alex Steinweiss.**

Poca información personal se sabe de Alejandro «Alex» Steinweiss (Nueva York veinticuatro de marzo de 1917-dieciséis de julio del 2011), hijo de inmigrantes polacos asentados en Estados Unidos, que ya desde niño presentaba un gran interés por el dibujo. Al concluir la educación secundaria obtuvo una beca que le permitió estudiar en la Parsons School of Design, con el convencimiento de que al concluir dicha formación

encontraría rápidamente un trabajo, a pesar de la depresión económica que sufría el país.

Su impaciencia le llevó a ofrecer sus servicios a varias empresas siendo aún estudiante, siendo el ilustrador Boris Artzybasheff quien le recomendó centrarse en concluir su formación. Así lo hizo, permitiéndole crear una carpeta de trabajo que le abrió las puertas del prestigioso estudio de Joseph Binder. Tan solo tres años después, Steinweiss pudo crear su propio estudio y a continuación, Robert L. Leslie le propuso para ocupar el puesto de director artístico en la discográfica Columbia.

Uno de sus primeros encargos fue dar solución al problema de rayado que provocaban las fundas de estraza sobre los discos. No solo no se limitó a solucionar este aspecto sino que, aprovechando que la industria ya había asumido que conjugar elementos decorativos y música proporcionaba mayores ventas, buscó un mejor soporte para la reproducción gráfica. De tal manera, presentó un *packaging* consistente en una plancha de cartón que siguiendo unos pliegues tomaba forma cuadrada. La sección en un costado permitía insertar una funda de plástico a modo de doble protección, con la que se vestiría el disco.

El diseño de Steinweiss se estandarizó, y Columbia Records confió en su capacidad para explotar las posibilidades artísticas del soporte que había creado, encargándole la ilustración del primer disco que sería puesto a la venta con el nuevo *packaging*, *Smash songs hits by Rodgers & Hart* (1938). Superó todas las expectativas, disparando sus ventas a un nivel nunca antes alcanzado.

El nuevo formato de embalaje artístico supuso un incremento de ventas cercano a un 900%, pasando a convertirse también en un importante puente de comunicación entre artista gráfico y público, puesto que los compradores interpretaban que la música que iba a contener el álbum tenía relación con el diseño de la portada. Es decir, si Steinweiss presentaba una caricatura de un refinado hombre ante un piano, el público identificaba que el disco contenía una obra clásica de piano, si por el contrario dibujaba a unos sonrientes hawaianos, el público asumía que el disco era sobre música exótica yailable. Según Iraola:

El arte de tapa, que traduce en lenguaje gráfico el contenido de un disco, suele ser la primera muestra de lo que vendrá más tarde por vía auditiva. A lo largo del tiempo ha logrado ser una gran influencia como referente cultural y estético para la sociedad, como también uno de los elementos más utilizados para captar la atención del público comprador de música. La forma de entender la portada del disco como un reflejo de la obra musical, que manifiesta el espíritu de la música que presenta, como

también expresa visualmente lo que es la obra misma, y el sentido o concepto de la banda, es lo que se evidenciará a lo largo del trabajo.<sup>2</sup>

Añade también Shuker:

Las portadas de los álbumes desempeñan varias funciones importantes: son una forma de publicidad, anunciando a los consumidores acerca del artista responsable y de ese modo apoyando y perfilando una imagen de autor/estrella; y hacen una declaración artística en relación al estilo de música por asociación con una particular iconografía.<sup>3</sup>

Steinweiss abandonaría su puesto en Columbia para servir en la Segunda Guerra Mundial realizando cartelería propagandística. Al concluir dicho periodo regresó como *freelance* realizando trabajos tanto para Columbia como para otras compañías discográficas, aprovechando los años de mayor crecimiento de la industria.

Según Hornigos Ruiz:

El crecimiento de este tipo de empresas se vio potenciado gracias al aumento de consumo que se produjo después de la Segunda Guerra Mundial, impulsado por el crecimiento del poder adquisitivo de las poblaciones, los cambios tecnológicos y una especialización de la industria del hardware y de programas.<sup>4</sup>

Evidentemente la figura de Steinweiss ejerce una gran influencia durante los inicios del diseño gráfico en las portadas de los discos. Su estilo muestra claros rasgos del cubismo, el art déco o la caricatura al más puro estilo de Al Hirschfeld. Con el tiempo, su legado y obra serán referencia para muchos artistas del *pop-art*.

Tras cuarenta años en el negocio del diseño gráfico comercial, se retiró cuando se vio incapaz de profundizar en nuevas tendencias como la fotografía, el minimalismo. Aún así nunca dejó de crear, iniciando una carrera como pintor bajo el seudónimo de Piedra Blanca.

---

<sup>2</sup> [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/613.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/613.pdf) (Consultada el 29 de marzo del 2013)

<sup>3</sup> SHUKER, ROY (2009). *Rock total: Todo lo que hay que saber del rock*. Barcelona: Robinbook-Ma Non Troppo. p. 26

<sup>4</sup> HORNIGOS RUIZ, JAIME (2008). *Música y sociedad. Análisis de la cultura musical de la postmodernidad*. Madrid: Fundación autor. p. 218

## **II.2. Diseño gráfico.**

### **II.2.1. Relación entre diseño gráfico aplicado a las portadas discográficas y comunicación.**

Podemos definir la comunicación como un acto de relación humana en la que dos o más personas intercambian información. Dicha comunicación puede ser transmitida y recibida de múltiples maneras: dibujos, señales luminosas, señales sonoras, palabras pronunciadas o escritas... En el proceso de la comunicación intervienen diversos factores: fuente, mensaje (lugar o idea de origen, de donde proviene la información de manera original y primaria), mensaje (aquello que se pretende comunicar.), codificación (transformación del mensaje a la forma más adecuada para su transmisión), canal (medio de comunicación escogido para realizar la comunicación), emisor (persona que envía el mensaje codificado), receptor (persona o personas a las que va dirigida el mensaje y que al recibirlo, decodificarán los signos para conseguir la comprensión del mensaje).

Estos aspectos sobre la comunicación humana se pueden trasladar al campo del diseño gráfico, puesto que intervienen los mismos factores, con la salvedad de que el mensaje siempre será visual. La industria musical (emisor) ante la necesidad de vender discos (fuente), contrata al diseñador gráfico para que haciendo uso de los conocimientos en su campo, encuentre la mejor manera de transmitir el mensaje (codificación) a través del canal impuesto (carátula del disco) y llegue al comprador (receptor). Es decir, el diseño gráfico da solución a las necesidades de comunicación que la empresa discográfica necesita para hacer llegar su producto al público. Por ello, el diseñador ha de conocer los principios, conceptos y reglas de los procesos de codificación/decodificación del mensaje visual.

Evidentemente, el diseñador gráfico no puede tener la absoluta seguridad de que su obra vaya a alcanzar el objetivo deseado, una codificación errónea o la posibilidad de recepción por parte de otro público puede suponer un rechazo a la obra y en consecuencia convertirse en uno de los ejemplos de cómo un mal diseño gráfico supone el fracaso de un disco. Así, y tal como señala Frascara:

Si entendemos el proceso de comunicación como un acto en el cual el receptor construye el significado, podemos entender que el elemento gráfico diseñado no constituye la totalidad de los mensajes, sino que éste es relativamente incierto hasta que el receptor lo establece mediante su intervención. En ese acto tiene lugar acepciones y rechazos que facilitan o

dificultan la recepción y la retención de los mensajes, y que también afectan la relación del receptor con el emisor en forma más o menos duradera.<sup>5</sup>

Por otra parte, el diseñador gráfico también ha de tener en cuenta el concepto de publicidad-urgencia. En una sociedad en la que continuamente estamos siendo bombardeados por estímulos audiovisuales, los diseñadores saben la dificultad que supone introducir su mensaje, por lo cual, han de buscar el mejor recurso visual que reclame la atención en el contacto visual-receptivo. No solo eso, sino que, además, contenga la mayor cantidad posible de información para ser leída en ese mínimo periodo de tiempo, y a ser posible introducir en él, elementos que despierten el interés.

## **II.2.2. Semiótica.**

La semiótica es el estudio sobre la interpretación y producción del sentido. Dentro de esta ciencia se fueron desarrollando diversas corrientes, así, la llamada semiótica de la comunicación se centró en estudiar los sistemas de signos no verbales, que nos sirve para conocer aquellos lenguajes, discursos y procesos visuales a los cuales dotamos de sentido y con los que creamos nuestra propia interpretación de la realidad. Si recordamos el planteamiento básico del proceso de comunicación, lo podemos resumir de la siguiente manera. Un emisor planifica lo que quiere decir y cómo emite ese mensaje codificado a través de un canal. Este es recibido por el receptor, el cual decodifica el mensaje accediendo tras ello al significado. A partir de aquí la comunicación puede ser lineal o circular, pero también es cierto que durante el proceso pueden haberse dado diversas variables que modifiquen los diferentes pasos (ruido, desconexión...).

Centrándonos en la semiótica de la comunicación y más concretamente en la de la imagen, puesto que es la que se emplea en las carpetas de los álbumes discográficos, la intención es plasmar en dicho arte un mensaje que hacer llegar al comprador, establecer una comunicación con éste, conectar con su forma de ser, empleando para ello un lenguaje que tenga sentido tanto para quien lo emite como para quien lo recibe.

Para lograr una efectiva comunicación, el diseñador gráfico se basa en un lenguaje visual, compuesto por signos gráficos que son todos los que el hombre capta a través de la percepción visual; estos signos son sometidos

---

<sup>5</sup> FRASCARA, JORGE (2000). “*Diseño gráfico y comunicación*” Buenos Aires: Infinito. p.66



por parámetros y procesos gráficos para poder comunicar de manera eficaz un mensaje determinado, mediante piezas gráficas.<sup>6</sup>

Es por ello que para la creación de dicho arte, se toman en consideración las indicaciones recientes del público, las opiniones de los propios músicos y/o que los diseñadores conozcan de primera mano el lenguaje que emplea el posible comprador.

### **II.2.3. Lectura de imagen.**

El reto del diseñador es, en un principio, reclamar la atención del espectador con una imagen, y una vez logrado, en muy poco tiempo, uno o varios segundos, transmitirle la mayor cantidad de información, a ser posible con elementos que vincule como cercanos y con los que pueda identificarse. En definitiva, lograr ese puente de comunicación entre lo racional y lo onírico, un proceso de seducción emocional que rompa la barrera entre lo material y lo emocional que lleve al cliente a identificar dicho producto como el más adecuado para él.

El diseño gráfico se compone de:

- Diseño de identidad: elementos distintivos que el espectador familiarizará con aquello que conoce de la realidad.
- Diseño emocional: formas, colores, elementos visuales que atraen al posible comprador.

Entra en juego aquí de manera importante el campo de la semiótica, aspecto que durante décadas lleva estudiando la psicología y del que la publicidad ha hecho buen uso.

De la correcta elección y disposición de los elementos gráficos que haya empleado el diseñador, el espectador de la obra podrá acceder a dos tipos de lectura, la denotativa o modo directo, en la cual nos fijamos en formas, colores, etc., y una segunda subjetiva, de la cual interpretamos conceptos según nuestro contexto social, cultural...

#### **II.2.3.1. Lectura denotativa.**

En esta lectura llevamos a cabo un análisis visual sin que se aporte una valoración personal. Se trata de un primer golpe de vista rápido del que obtendremos gran cantidad

---

<sup>6</sup>[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/613.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/613.pdf) (Consultada el 29 de marzo del 2013)

de información y que posteriormente repetiremos de manera más exhaustiva deteniéndonos en los detalles que más nos hayan llamado la atención. En ese golpe de vista inicial se dirige la atención a dos tipos de aspectos:

- **Globales**

- Tamaño: grande, mediano, pequeño
- Formato: cuadrado, rectangular, circular...
- Nivel de iconicidad: grado de parecido de lo que se ha plasmado en la imagen con su modelo en la realidad. Existen multitud de escalas, realizadas por diferentes autores que han realizado estudios sobre el tema. Presento como ejemplo la de Abraham Moles<sup>7</sup>:

ESCALA DE NIVELES DE ICONICIDAD DE ABRAHAM MOLES		
GRADO	NIVEL DE REALIDAD	EJEMPLO
11	Imagen natural	Imagen retiniana
10	Imagen tridimensional a escala	Escultura realista tradicional
9	Hologramas	<i>Hatsune Miku</i>
8	Fotografía en color	<i>Niña afgana</i> , Steve McCurry, 1984
7	Fotografía en blanco y negro	<i>El Ché, guerrillero heroico</i> Alberto Korda, 1960
6	Pintura realista	<i>Las meninas</i> , Velázquez 1656
5	Representación figurativa no realista	<i>El Guernica</i> , Picasso, 1937
4	Pictogramas	Carteles de los deportes de los JJ.OO.
3	Esquemas motivados	Mapas
2	Esquemas arbitrarios	Señales de tráfico
1	Representación figurativa	Pintura abstracta

- Descripción breve de la escena: percepción global y rápida de lo que se ve, centrándonos solo en aquellos pilares básicos para construir un entendimiento básico, lo que llamaremos «primera lectura». Posteriores lecturas nos permitirán prestar más atención a elementos que el cerebro no consideró de suficiente interés en nuestra primera lectura.

<sup>7</sup> MOLES, ABRAHAM Y JANISZEKSKI, LUC (1990). *Grafismo Funcional*. Barcelona: Enciclopedia del Diseño. CEAC S.A.

- **Elementos del lenguaje visual:**
  - **Punto:** es la unidad mínima de representación visual, cualquier forma está compuesta por una sucesión de puntos alberga un gran poder de atracción visual. Cuando nos referimos al punto, no necesariamente tiene que tener forma circular.  
Sucesión cercana de puntos, crean sensación de direccionalidad, delimita contornos, puede ser recta o curva. La línea define formas, delimita aéreas, crea posición, dirección y guía nuestra mirada.
  - **La forma:** la delimitación de contornos crea formas, pudiendo ser regulares o irregulares.
    - Las regulares podemos clasificar en:
      - Cuadrado y rectángulo: generan detención, solidez.
      - Círculo: transmite homogeneidad, movimiento, círculos concéntricos representan diferentes estados emocionales.
      - Triángulo: suscita tensión, dinamismo.
    - Las irregulares, en cambio, dependerán de su grado de semejanza o diferencia, para representar lo mismo o lo opuesto.
  - **Textura:** implica los acabados de las superficies; las diferencias entre rugosidades y superficies lisas producen diferentes sensaciones a la vista.
  - **Movimiento:** aunque la imagen es inmóvil, estática, se puede jugar con su sensación a través del barrido, el desenfoque, etc. también influye el sistema de lectura occidental, inconscientemente tendemos a leer las imágenes en barridos de arriba a debajo y de izquierda a derecha, de manera similar a como leemos un libro. La distribución de elementos de atención en ese orden facilita la transmisión del mensaje.
  - **Ubicación de elementos en los diferentes ejes:**
    - Eje horizontal y vertical: estabilidad, dirección, seguridad.
    - Eje diagonal: dinamismo.

- **Color:** el mundo real está cargado de colores, estos generan estados en nuestra percepción. A lo largo de los siglos hemos visto cómo los pintores descubrían dichos efectos, pudiendo ser ahora aplicados al campo del diseño de carátulas de discos.
  - Blanco: limpieza, pureza, claridad...
  - Negro: elegancia, seriedad, poder...
  - Rojo: peligro, sangre, excitación...
  - Azul: serenidad, verdad, constancia, poder, tranquilidad...
  - Amarillo: vitalidad, alegría, inteligencia...
  - Verde: naturalidad, salud, frescor...
  
- **Tono:** la iluminación que recae sobre un objeto (físicamente en fotografía o su representación y connotación simbólica en el dibujo), podemos definirla como las diferentes tonalidades a través de una escala de claros a oscuros.
  
- **Dimensión volumétrica:** ya sea en una representación pictórica o por la captación fotográfica de la realidad, nos encontramos ante un formato bidimensional. Para dotarlo de una sensación de perspectiva tridimensional, debemos reflejar en él valores tonales y puntos de fuga para crear sensaciones de volumen ante nuestro ojo.
  
- **Ubicación de elementos:** anteriormente se ha mencionado el sistema de lectura de una imagen, por tanto, si conocemos los principales puntos que va a seguir la mirada, podemos actuar en consecuencia, al ubicar elementos que reclamen la atención del espectador creando una sensación de lógica o ausencia de ésta.
  - Ubicación en puntos de lectura obligada: siguiendo la lectura de la imagen de arriba a abajo y de izquierda a derecha, trazando una especie de «Z». Si dividimos la imagen en nueve cuadros iguales, las esquinas del cuadro central ocuparan puntos de atención, si situamos elementos sobre ellos nos aseguraremos sean leídos. Situar elementos en dichos puntos aporta a la imagen simetría, orden y perfección.

- Ubicación al azar: por el contrario, nuestra intención quizá sea evitar transmitir sensaciones de estabilidad, por lo cual deberíamos situar los puntos de interés fuera de aquellos vértices imaginarios, generando así inestabilidad y nerviosismo.
- **Encuadre:** el espacio donde queda recogida la imagen, no la imagen en sí, sino la perspectiva de su representación, tal como nos es presentada al espectador (puesto que la toma original puede ser re-encuadrada). Intervienen en el encuadre dos aspectos:
  1. **La escala:** relación entre superficie ocupada por los elementos distribuidos en la imagen y la superficie total de esta. Debido al tamaño de los personajes o elementos y a su distancia con respecto al espectador, se nos presentan diferentes encuadres (relación directa entre la pintura-fotografía-cinematografía) que abordaremos posteriormente en el apartado «Tipología de planos».
  2. **La angulación:** partimos de la idea de que el espectador se sitúa frente a la imagen, de tal manera que esta queda vertical y a la altura de los ojos. El creador puede jugar con esta relación, manteniéndola o alterándola, lo que generará diferentes aspectos emocionales.
    - Normal: aquella que mantiene la verticalidad, aportando estabilidad y tranquilidad.
    - Picado: la representación o captura de la imagen está situada por encima de lo que sería la línea de visión normal. Es decir, por encima de unos noventa grados de visión. Nos transmite fragilidad o inferioridad de los elementos de la imagen, pero a su vez, poder en el espectador.
    - Cenital: aquel que sería perpendicular al objeto representado, una representación de este desde arriba. Transmite al espectador total conocimiento del objeto, control sobre él, dependiendo de su escala se podrá obtener más o menos información, no solo por la proximidad sino por lo que lo rodee.

- Contrapicado: se obtiene representando desde un punto inferior a los noventa grados con respecto al objeto, lo cual transmite sensación de majestuosidad ante lo que vemos.
- Nadir: lo opuesto al cenital, se trataría de una representación a ras de suelo que mira hacia el cielo, magnificando y hasta deformando los elementos.
- **Tipología de planos:** tal como se había tratado en el apartado de la escala, la representación del tamaño de los elementos y el espacio que ocupan en la superficie total de esta se catalogan en diferentes planos, cada uno con sus características físicas propias y la transmisión de aspectos emocionales.
  - Gran plano general: de carácter descriptivo del entorno; el objeto o personaje está empujado en él.
  - Plano general: integrador, visión de conjunto, el personaje se integra claramente en la escena.
  - Plano de conjunto: cercanía entre objetos o personas; diversos personajes se encuentran próximos, reclamando la atención de estos frente al fondo.
  - Plano entero: concentra la atención en el elemento, este aparece completo, pero dada su proximidad, aleja el fondo, reclama la atención de los detalles de este y prácticamente aparta la atención del fondo.
  - Plano americano: de influencia cinematográfica, recorta en las representaciones humanas al personaje desde las rodillas.
  - Plano medio: recorta los cuerpos humanos desde la cintura, nos transmite cercanía, nos muestra claramente rasgos, aporta información (época, vestimentas, postura, etc.).
  - Primer plano: otro plano humano, que abarca desde la cabeza hasta el pecho, aísla los fondos, concentra la atención en pequeños detalles, se aprecia la expresión, aporta intimidad.
  - Gran primer plano/sangre: la cara del personaje o el objeto ocupa la totalidad del plano. Es un plano agresivo, que se emplea para acentuar aspectos emocionales y psicológicos.

- Plano detalle: recoge una pequeña parte de un cuerpo o de un objeto. Concentra y enfatiza emociones.

### **II.2.3.2. Lectura subjetiva.**

Tras realizar la lectura denotativa, se produce una reacción en el espectador ante lo que contempla o ha contemplado, dándole un sentido, e interpretándola a raíz de lo que conforman sus conocimientos propios, o los contextos culturales y sociales en los que se mueve.

En milésimas de segundo nuestro cerebro asimilará las sensaciones que nos transmite una imagen, hecho que estará condicionado en gran medida por el contexto social, dejando un margen a otros aspectos más profundos que puedan variar dicha conducta general, es decir, que a pesar de ser animales sociales, guardamos un grado de individualidad emocional.

Es por ello que el diseñador gráfico o el publicista orientan su labor hacia el estereotipo visual, o lo que es lo mismo, el elemento identificable-recurrente-destacable que forma parte del imaginario colectivo, aquel primer concepto en forma de imagen que recordamos cuando se nos habla de un tema, hecho que no solo nos ocurre a nosotros sino a la comunidad en general. Como ejemplo, al preguntar a alguien por una flor, siempre que no existan razones personales que cambien dicha conducta, se responderá, muy probablemente, la respuesta «una rosa». Si fuéramos mas allá y hubiéramos preguntado el color, la respuesta hubiese sido «roja». Recurrir a estereotipos facilita la transmisión de mensajes, e incluso completa estos cuando hemos dejado de mirar la imagen.

## **II.3 El diseño gráfico de las portadas discográficas españolas.**

### **II.3.1 La industria discográfica nacional ante el fenómeno pop.**

La situación política de España ejerció una influencia sobre la industria discográfica que le impidió desarrollarse como en otros países. En los primeros años de postguerra se establecieron unas directrices sobre la música que podía ser radiada, a fin de difundir un mensaje de espíritu nacional. Los géneros escogidos respondían a música clásica, música folclórica y otras músicas de fuerte carácter españolista, como la copla o el flamenco.

Para contemplar la idoneidad de los contenidos discográficos, se estableció una comisión de censura que sería ejercida por la Dirección General de Radiodifusión y Televisión (a partir de los setenta pasaría a ser tarea de la Dirección General de Cultura Popular), pudiendo esta denegar tanto su difusión radiofónica como su puesta a la venta, ya fuera por los textos de las canciones o por el arte gráfico de las carpetas, respondiendo a los siguientes criterios:

- Censura religiosa: malintencionadas referencias a la doctrina cristiana.
- Censura política: crítica a los poderes del Estado, incitar a la subversión, referencias a la política internacional.
- Censura social: inmoralidad, erotismo, referencias a drogas, delincuencia, prostitución...

Esta tendencia de lo «nacional» frente a lo «extranjero» se fue suavizando con el paso de los años, de tal forma que en los cincuenta, entre los éxitos de Conchita Piquer, Celia Gámez o Antonio Molina se colaban algunos temas de Nat King Cole y Paul Anka como primeras avanzadillas de la música popular estadounidense.

Las discográficas adquirieron derechos sobre catálogos de sellos internacionales para su distribución en España, puesto que no creían que ningún artista español se atreviese y mucho menos llegase a tener éxito interpretando estos ritmos. De igual forma, aquello fue tomado como una moda pasajera no orientada al mercado juvenil.

La gente joven no tenía capacidad adquisitiva ni era un mercado potencial, por lo tanto las grandes empresas de la época, las que hacían sus anuncios hablando de negritos del África tropical, loritos y gabardinas para el otoño madrileño, no estaban interesados en el público joven, que no era aún el público consumista que conocemos actualmente. Esto hacía que los fabricantes de discos no quisieran editar este tipo de grabaciones, las emisoras de radio no programaban este tipo de música y los restantes medios de comunicación no tuvieran todavía secciones dedicadas al rock. Y eso que en el mundo «aquello» comenzaba a ser un negocio fantástico.<sup>8</sup>

De manera espontánea, jóvenes grupos nacionales empezaron a tocar los nuevos ritmos, organizando pequeños festivales que no pasaron desapercibidos.

La autoridad competente, decidió suspender los festivales del Price, alegando los escándalos públicos que se producían a su término en las calles aledañas, repletas de jóvenes que salían cantando y bailando el twist. [...] Los periódicos de la época estaban dirigidos desde el poder y al poder le parecía que este tipo de reuniones juveniles podían desembocar en

---

<sup>8</sup> PARDO, JOSÉ RAMÓN (2005). *Historia del pop español*. Madrid: Rama Lama Music. p.18.



protestas masivas o en cualquier tipo de manifestaciones que, por el mero hecho de producirse, fueran socialmente peligrosas.<sup>9</sup>

Añade Bianciotto:

Desde que el rock, en fin, amenazó con convertirse en un fenómeno de grandes dimensiones sociales e industriales, el régimen lo observó de cerca para evitar que su influencia resultara demasiado perversa para unos jóvenes españoles que debían simbolizar los valores morales más saludables.<sup>10</sup>

Por estas razones, las compañías discográficas ejercieron un gran control sobre sus artistas pop, tanto en las letras de sus canciones, portadas de sus discos y comportamiento en la vida cotidiana.

Durante los primeros setenta, el número de discos pop nacionales se redujo notablemente y el género se difuminaba entre nuevas corrientes. Se comienzan a celebrar conciertos multitudinarios (Festival de la cochambre, Canet rock...), apareciendo nuevas bandas que ejecutaban un rock más provocador que vuelve a poner a la cultura pop en el punto de mira de las autoridades.

Debido a la banalización del género (fuerte apuesta por el fenómeno *fan*) y la imposibilidad de publicar a grupos que se salían de los esquemas de «lo correcto», el pop nacional se estancó. La tradicional forma de llevar el negocio no era adecuada para los nuevos tiempos, y ante la incapacidad para adaptarse a los rápidos cambios de mercado, el sector entró en quiebra.

Bastó con que pasara la fiebre de la discoteca y que les salieran algunas arrugas a los ídolos juveniles que explotaban el mundo de las ingenuas fans, para que se cayeran por sí solos aquellos castillos de naipes. Y que edificios situados en las afueras de las grandes ciudades se convirtieran en mausoleos de la propia megalomanía de sus directivos.

Estos últimos cuatro años han visto como aquellos edificios han ido a parar a empresas de otros sectores, cómo las plantillas se han reducido dolorosamente a la mitad y cómo ha habido algunas quiebras y muchas fusiones.<sup>11</sup>

Llegados los ochenta, recién estrenada la democracia y con una industria musical tambaleándose, son los propios grupos y aficionados quienes apuestan por el pop creando pequeñas discográficas independientes. Su reducida estructura les permitió

---

<sup>9</sup> PARDO: *Historia del pop...*, *Op cit.* p.52.

<sup>10</sup> BIANCIOTTO, JORDI (1997). *La censura en el rock*. Valencia: La máscara. p.155.

<sup>11</sup> PARDO: *Historia del pop...*, *Op cit.*, p.374.

moverse y reaccionar con rapidez, lo que sirvió para publicar y dar a conocer a nuevos grupos pop nacionales. Llegado el momento de renovar un acuerdo de grabación, las grandes compañías volvieron a aparecer, ofreciendo sustanciosos contratos que las independientes no pudieron igualar, adquiriendo así a los artistas más prometedores y tomando desde entonces al pop como su principal mercado.

Los ayuntamientos apostaron durante esta década por la cultura, potenciándose la contratación de artistas nacionales, de manera que el pop pasó a ser una de las manifestaciones más reconocidas.

Durante la década de los noventa el fenómeno pop es ya algo asumido, cotidiano dentro de la música popular. La industria discográfica alcanzará su mayor pico de beneficios entre los años noventa y dos y noventa y tres. Tras un periodo de estabilidad comenzará una caída que se acrecentará en el siglo XXI con la piratería informática.

### **II.3.2 La imagen del pop nacional.**

Fueron las propias empresas discográficas las que se encargaron de que el pop llegase de una manera «suave» y controlada a la sociedad para no recibir sanciones por parte de la autoridad. Por esta razón cuidaron todo el proceso artístico: la composición, la grabación y por supuesto la imagen del grupo, que en la mayoría de los casos poseía una clara influencia de artistas internacionales.

En muchas ocasiones, los grupos y vocalistas nacionales fueron una exacta correlación de los modelos, o, por decirlo con más alta fidelidad, de los «stéreo-tipos» anglosajones de cada temporada. Aunque el fenómeno se atenuó a medida que avanzaba la década, el pop español era inicialmente una copia de los artistas de moda internacionales. Así, el Dúo Dinámico fue una versión de los Everly Brothers, los primeros Pekenikes de los Shadows, los Brincos de los Beatles, el Festival de Benidorm del de San Remo.<sup>12</sup>

Algunos de los aspectos estéticos que se usarían en las portadas discográficas eran meras adaptaciones del trabajo promocional que se podía encontrar en las revistas para adolescentes de la época (*Serenata, Fans, Fonorama, Ondas, Rompeolas, Discóbolo...*), es decir, predominio de la fotografía en color, pulcritud en los modelos, equilibrio, y cierta permisividad a la hora de experimentar con picados y contrapicados.

---

<sup>12</sup> IRLLES, GERARDO (1997). *¡Solo para fans! La música ye-ye y pop español de los 60*. Madrid: Alianza editorial. p.218.

Existía el denominador común de la fotografía de los artistas como reclamo principal, y aunque apenas se mencionaba la autoría de los fotógrafos, es de señalar la maestría de Luis Pérez de León principalmente y otros nombres como Vicente Ibáñez, Ontañón o Maspons.<sup>13</sup>

Por tanto, algunas de aquellas primeras portadas cumplían una labor de presentación, reflejando juventud y un muy medido desenfado. El objetivo era conectar de tú a tú, crear un vínculo en el que los adolescentes pudieran verse reflejados.

Los nuevos estilos en el diseño de las portadas discográficas utilizados en el extranjero no tardaron en llegar a España, por lo que pudimos disfrutar de fotografías sobreexpuestas y también viradas a una tonalidad de color, la aparición de imaginativas tipografías libres, incluso licuadas, marcos, etc. Esto unido al uso del color supuso un auténtico reto para las imprentas nacionales.

Cada casa discográfica trabajó con un departamento de diseño gráfico que estableció un estilo propio para ser seña de identidad frente al resto. Sería el talento de aquellos nunca suficientemente reconocidos fotógrafos y diseñadores de la época, tales como Antonio Lax, Daniel Gil, Alberto Schommer o los anteriormente citados Vicente Ibáñez, Francisco Ontañón, Luis Pérez de León y Maspons, los que alcanzarían un alto nivel de reconocimiento en toda Europa.

A pesar de que el *pop-art* y el cómic *underground* ya habían llegado a las carpetas discográficas extranjeras en los sesenta, en España aún se hacía complicado abandonar la fotografía. No fue hasta los setenta, cuando debido a la fuerte presencia en nuestro mercado pop de la psicodelia y el rock sinfónico (estilos con carátulas muy vinculadas a la ilustración onírica y fantástica) cuando se contempló el momento como idóneo para llevar a cabo ese salto. Así se dio alternativa a la creatividad de artistas de la talla de Máximo Moreno o mayor popularidad a José Luis Lasala.

En esta disciplina quedó demostrada la versatilidad de nuestros artistas, tanto en técnica (óleo, acuarela, gouache...), como por la diversidad de estilos, que abarcaron desde el realismo a lo abstracto, ofreciendo su particular homenaje a corrientes y artistas. Prueba de ello es el arte naïf representado en *Un ramito de violetas* (1975) de Cecilia, el guiño a Arcimboldo en *Memorias de un ser humano* (1974) de Miguel Ríos, o el costumbrismo andaluz en *El patio* (1974) de Triana.

---

<sup>13</sup> IRLLES: *¡Solo para fans! La música...*, *Op cit.*, ANEXO: Las portadas de los discos.

Sobre este momento, en el cual se mezclan tendencias de diseño internacionales y libertad para experimentar en nuevos campos plásticos, opina el diseñador Fernando «Nanderas» Navarro Martínez lo siguiente:

En mi humilde opinión, creo que España vivió una época de oro en ese aspecto, donde las portadas tenían denominación de origen. Eso se puede apreciar en portadas de Triana o Medina Azahara, o incluso en trabajos de pop. Pero hoy día todo está muy globalizado.<sup>14</sup>

A pesar del incremento de portadas pictóricas en todas las técnicas posibles, siguió existiendo un predominio de la fotografía, que pese de los avances técnicos del momento, seguía repitiendo los mismos patrones, estancándose peligrosamente. El retrato en general presentó un acercamiento al modelo, que se tradujo en un primer plano del artista solista y en un plano medio de los grupos (empleándose frecuentemente filtro de difuminado). Las composiciones fueron estáticas y cada vez menos imaginativas, siendo un recurso frecuente el uso de ventanas con repetición de la misma imagen. En cuanto al color existió cierta tendencia hacia la saturación de tonos cálidos, debido a la calidad de la fotoimpresión de aquellos años.

La diseñadora de portadas discográficas Penélope Crespo Carillo, opina en la actualidad sobre las tendencias de aquellos días:

Me atrevería a decir que en España siempre ha habido una tendencia muy fuerte, sobre todo en los sesenta y setenta de poner una foto del propio grupo o artista en la portada, y que aún se sigue dando en determinados tipos de música más comercial, utilizando como reclamo de compra la propia imagen del artista. [...] A mi entender respecto al resto del mundo España siempre ha ido un poco por detrás en cuanto a tendencias, absorbiendo estas de las americanas e inglesas.<sup>15</sup>

Las tipografías libres desaparecieron, mientras que las habituales como «Claredon», «Cooper» o «Bodoni», cayeron en desuso a favor de una tendencia cada vez más orientada hacia la estilización.

Para cuando España se convierte en un estado democrático, la industria discográfica atraviesa una crisis debido a su inmovilismo, hecho que se venía reflejando en las carátulas desde hacía años. Las grandes reestructuraciones de plantilla que se realizan traen consigo una nueva generación de directivos y creadores que buscan recuperar la atención del público. Es por ello que para ilustrar sus nuevos discos se recurre a artistas plásticos de vanguardia (Ceesepe, Ouka Leele, El Hortelano...).

---

<sup>14</sup> NAVARRO MARTÍNEZ, FERNANDO. Entrevista N°10, Anexo V.2. 17/6/2013

<sup>15</sup> CRESPO CARRILLO, PENÉLOPE. Entrevista N°12, Anexo V.2. 19/6/2013

Las nuevas tendencias del diseño internacional se amalgamaron con las nacionales de manera abrupta, irrumpiendo con fuerza los colores vivos, tipografías recortadas, la ilustración informática, el fotomontaje e incluso el uso explícito de imágenes icónicas del siglo XX, ya fuera a modo de referencia o parodia. De modo particular, en nuestro país proliferaron las portadas de arte abstracto, la fotografía de detalle, la ilustración futurista y la representación del grupo, afín a una estética urbana concreta con la cual identificarle (nueva ola, neorománticos, rockers, heavies...).

Los noventa se caracterizaron por una intención deliberada de acentuar los rasgos estéticos propios de cada estilo musical. Es un periodo en el cual el mercado alberga la mayor diversidad de géneros, por lo que se abre un amplio abanico del que nacen subgéneros en los que cada uno adopta un lenguaje visual, entre los que se produce la originalidad, la revisión o la hibridación de estilos.

Los diseños futuristas que en la década anterior se empleaban en multitud de estilos, pasan a utilizarse casi exclusivamente en la música electrónica. Cualquier tipografía líquida, o el uso de colores ácidos, se identifican con los grupos *mod* que revisitan los sonidos de los sesenta, mientras el rock urbano adopta curiosamente la ilustración.

Se produce un regreso a las tipografías libres con influencia clara del grafiti, y se abandonan definitivamente los cuadros de texto. Al respecto de estas tendencias urbanas, el diseñador Noé Baranda Ferrero opina:

En la historia de la música las portadas de todo el mundo evolucionan de forma pareja y siempre en relación con otros movimientos culturales.<sup>16</sup>

La ilustración vuelve a perder terreno frente a la fotografía. Los grupos *indies* recurren a lo kitsch, la nueva generación del heavy metal nacional opta por decorar sus discos con dibujos de fantasía épica

La fotografía es el recurso más empleado para ilustrar carpetas discográficas durante la década. Durante la primera mitad de ésta, el retrato es muy cuidado, dándosele un importante protagonismo a la iluminación, pero con el tiempo termina perdiendo espontaneidad. La introducción de recursos estilísticos pujantes en la publicidad acaba plasmándose en las carátulas discográficas, pero lo que en un principio era rompedor (ligero desenfoque con filtro de colores fríos, introducciones de ruido con

---

<sup>16</sup> BARANDA FERRERO, NOÉ. Entrevista N°8, Anexo V.2. 8/6/2013

diseño informático, difuminado en zonas de altas luces...), se llega a estandarizar, pasando a resultar desagradable.

El diseñador gráfico Antonio Seijas Cruz, que trabaja principalmente para el mercado internacional, da su opinión al respecto de lo que encuentra dentro de nuestras fronteras:

No sigo la música española y lo poco que he visto me parece que se limitan muchas veces a vender la imagen de la cara del artista y poco más, lo que publicitariamente seguramente les resulta interesante, pero artísticamente suele ser pobre.<sup>17</sup>

La primera década del siglo XXI se caracteriza por un abaratamiento de las nuevas tecnologías y la llegada de internet al hogar. La posibilidad de que los músicos no necesiten de un sello para grabarse y distribuir su obra, coincide con la mayor crisis en el sector discográfico en toda su historia, derivada en gran medida por la piratería musical.

De igual forma, el músico tenía a su alcance herramientas informáticas para diseñar su carpeta discográfica. Esto supuso un intrusismo que en muchos casos devaluó el aspecto artístico, pero a su vez, introdujo exactamente lo que el artista musical quería ver plasmado. A pesar de lo que podría pensarse, debido a la precaria situación de la industria fonográfica, los diseñadores no han visto esta intrusión en su campo como una amenaza.

Figuras como Fernando Nanderas y Víctor Martínez Agüera exponen claramente las virtudes e inconveniencias de esta situación:

Lo llaman intrusismo, yo lo llamo artistas que quieren expresarse. En alguna ocasión algún cliente me ha comentado «Oye, al final no podemos hacer el trabajo porque el primo de no sé quién controla photoshop...». Yo lo entiendo perfectamente, la cosa está fatal y todo lo que se pueda ahorrar un grupo poco es. En muchos casos ves el trabajo final y piensas «¡Madre mía, que Dios nos pille confesaos!», pero en otras ocasiones me sorprendo con lo que veo, y no me cabe duda de que detrás de ese trabajo hay un artista por descubrir.<sup>18</sup>

A mí me da igual la titulación, lo que no me da igual es que no se cumplan unos mínimos de profesionalidad y calidad. En general falta mucha cultura visual y todo lo que ello conlleva.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> SEIJAS CRUZ, ANTONIO. Entrevista N°7, Anexo V.2. 5/6/2013

<sup>18</sup> NAVARRO MARTÍNEZ, FERNANDO. Entrevista N°10, Anexo V.2. 17/6/2013

<sup>19</sup> MARTÍNEZ AGÜERA, VÍCTOR. Entrevista N°13, Anexo V.2. 22/6/2013

Pese a lo que podría pensarse, el gremio de los diseñadores gráficos, y en especial los que llevan a cabo carpetas discográficas, no se han cruzado de brazos a la espera de mejores tiempos, la mayoría de ellos han aprovechado para reciclarse y actualizar sus conocimientos en el uso de las nuevas herramientas tecnológicas, cara a poder demostrar su versatilidad y calidad en un mercado con cada vez menor volumen de encargos.

## **II.4. Análisis de portadas discográficas nacionales.**

### **II.4.1. Principales recursos reconocidos en esta investigación.**

Tras haber estudiado en profundidad el fondo de catálogo de carpetas discográficas nacionales creado para esta investigación, me dispongo a separar dichas obras según los recursos más utilizados por los diseñadores gráficos, con la posterior intención de escoger entre ellas las que mejor puedan ilustrar dicha categoría. Así, finalmente redacté un informe que recoge sus características y expongo mediante un análisis de lectura de imagen algunos de los casos más representativos de dichas categorías.

#### **II.4.1.1. La representación del artista.**

El género pop, al ser eminentemente actual, tiende a ser representado por medios modernos, por lo cual predomina la representación fotográfica frente a la pictórica.

Al igual que ocurrió con el cine, las estrellas eran reclamos para el público, y éste comenzó a considerar las obras donde participaban de mayor calidad. En los primeros años en que se empezaron a ilustrar las carpetas discográficas, se comprobó que el público respondía mejor ante una figura reconocible que frente a una imagen que evocase el estilo musical de las canciones incluidas en el disco. Desde entonces, la forma más recurrente a la hora de ilustrar un disco es el retrato.

Como ya se ha comentado en el apartado referido a la imagen del pop nacional, las portadas ejercen una labor de presentación del artista y por tanto, deben en lo posible expresar en una imagen estática una serie de conceptos y valores que le sirvan para conectar con el comprador.

Es por ello que en esta labor promocional se busca crear una especie de «culto a la personalidad», cuidando al máximo detalles tales como la composición de la escena, la iluminación, el encuadre, el tipo de plano, el vestuario, la expresión, pose...Es un

género que continuamente busca nuevos enfoques, puesto que cambia al ritmo de las modas, lo cual presenta innovaciones fugaces que no siempre funcionan.

Lamentablemente, en nuestro país, se consideró que este era el estilo general de vender cualquier producto discográfico, cometándose diversos errores. El principal y más común, asumir que el retrato de artista solo es una toma estándar del modelo en primer plano; también muy frecuente, superponer diseños gráficos «de moda», que poco o nada tienen que ver con el artista (imagen No 4).

#### **II.4.1.1.1. El retrato clásico.**

En este tipo de imágenes, suele prestarse más atención a la cara y a la expresión que al cuerpo o al contexto en el cual se realiza la toma, pero, aún siendo menos frecuentes, son perfectamente válidos los planos generales y medios.

El artista suele mirar a cámara, lo cual establece una comunicación personal con el espectador, siendo tomas nítidas (el uso del desenfoque, si lo hubiera, se reduce a descontextualizar el fondo). El artista se distingue claramente transmitiendo credibilidad, confianza y cercanía.

Los planos más cerrados hacia el rostro favorecen la transmisión de emociones, pero en nuestro país el retrato clásico aplicado a la portada de discos se ha orientado más a mostrar la belleza del artista. Es por ello que en nuestro catálogo discográfico el patrón más abundante lo represente un primer plano con un modelo sonriente. Este tipo de toma tan anodina evidencia la poca atención que se presta al diseño gráfico en según qué estilos musicales (imágenes Nos 5 y 6).

#### **II.4.1.1.2. El retrato psicológico.**

La finalidad de este tipo de fotografías es captar el «alma» de los modelos. Se busca capturar rasgos emocionales y por tanto invisibles en un soporte visible, buscando para ello realizar la toma en un gesto que exprese algo.

Es un tipo de trabajo que invade la intimidad de una manera consentida, de manera que el modelo no solo accede a la cercanía física para realizar la toma, sino que también es consciente que con este estilo va a mostrar una parte de su personalidad que quizá no sea conocida. Por estas razones este tipo de portadas discográficas suelen ser bien recibidas en el público, puesto que inconscientemente experimentan una mayor cercanía y complicidad con el artista.



Son portadas que pese a la simplicidad de elementos en escena, aportan una grandísima cantidad de información, ya que además de los detalles físicos, se accede a la interpretación de pensamientos, sentimientos, deseos y vivencias del modelo.

Dentro del pop nacional, el retrato psicológico por antonomasia utiliza la fotografía en blanco y negro, siguiendo un corte de retrato clásico en el que se busca resaltar las texturas no solo con una muy cuidada iluminación, sino con el grano que los haluros de plata ofrecían en la fotografía analógica. En el mundo del color se hacen comunes los ligeros desenfoces y los retoques fotográficos.

Los aspectos psicológicos que más frecuentemente se ha pretendido destacar han sido los de complicidad, seriedad, elegancia e intelectualidad.

#### II.4.1.1.3. El artista mainstream como modelo de moda

El fenómeno *fan* no es algo nuevo en el mercado pop nacional. Mientras que en sus primeros días se orientaba hacia la juventud en general, a finales de los setenta había sido reorientado hacia el público adolescente ofreciéndoles unos artistas que producían un pop ligero a base de baladas.

Estos cantantes y grupos de «laboratorio» creados por las discográficas en un movimiento comercial más que artístico, siguieron evolucionando hasta nuestros días, en los que el producto musical es meramente anecdótico. Es por ello que las caratulas de sus discos son un cartel publicitario encubierto para vender ropa, peinados y maquillaje.

Estas portadas se caracterizan por un mensaje sencillo, más emocional que racional, de rápida lectura y que no suele dar lugar a muchas nuevas interpretaciones.

Al igual que el retrato estandarizado, este tipo de diseños se popularizó de tal manera que saturó el mercado, lo que acabó evidenciando su bajo nivel creativo.

#### II.4.1.2. El retrato de grupo.

El retrato de grupo comparte la misma intención de transmitir un mensaje, pero con la particularidad de que se puede diseminar entre los diversos modelos de la toma. De hecho, el grupo ya presenta un valor de colectividad.

Evidentemente, ocupar un espacio con mayor número de personas requiere de una cuidada planificación a la hora de escoger la composición más adecuada, resultando un verdadero reto evitar una jerarquía de atención que focalice a unos en detrimento de otros.

En los primeros años se buscaba el sentido de unidad, igualdad y camaradería, dentro del grupo. Incluso se recurría a la uniformidad estética (vestimentas, peinados...), no para destacar entre la masa, sino para identificarse dentro de una pequeña colectividad. Una segunda lectura evidente era la de sentirse parte del colectivo juvenil, siendo entonces cuando el lector de la imagen, muy probablemente joven también, se sintiera identificado no tanto como miembro de la banda, sino del sector juvenil «en la onda» (imágenes Nos 19 y 20).

Con el tiempo la cotidianeidad se fue apropiando de la toma grupal, surgiendo composiciones muy regulares y aumentando las instantáneas al aire libre. Habría que esperar a finales de los setenta para que se produjera un regreso a los interiores y los estudios fotográficos empleasen dioramas con diseños de moda, volviéndose frecuentes los retoques fotográficos.

Las estéticas de los diversos movimientos musicales se acentúan para ser plasmadas en las carpetas discográficas. Guitarras, peinados, ropa, poses, etc...., son introducidos en ellas con la intención de facilitar información reconocible del estilo musical del disco a su posible comprador: Los rayos que aparecen en la imagen No 23, el efecto «ojo de pez» alusión al movimiento *mod* (imagen No 24).

Como ocurría décadas atrás se sigue buscando establecer una vinculación emocional de identificación del público con el grupo musical.

#### **II.4.1.3. Rostro.**

La cara es uno de los temas a los que más se recurre a la hora de ilustrar una portada discográfica en nuestro país, ya sea de manera pictórica o fotográfica. Esto se debe a que el rostro concentra un grandísimo poder de expresión corporal que nos llega a través de la comunicación no verbal y que nos resulta fácil de identificar e interpretar.

El retrato facial se emplea para capturar la apariencia de una persona; pero más allá de esto se centra, en reflejar los rasgos expresivos más predominantes, es decir se erige en una forma de llave que nos abre aspectos emocionales de su personalidad.

Evidentemente, los planos más recurrentes para estos fines son los que presentan cercanía con el modelo: plano medio para descontextualizar el entorno y centrar la atención en el sujeto, primer plano que al invadir el espacio íntimo acentúa los matices, primerísimos primeros planos donde las emociones parecen más intensas y, por último, los planos detalle para mostrar particularidades del rostro. El retrato pictórico permite no

atenerse a la realidad, en cambio la fotografía (sin recurrir al retoque posterior) parte de las limitaciones físicas que impone la realidad. El fotógrafo ha de pintar con la luz, planificar la toma cuidadosamente para decidir el tipo de iluminación, la perspectiva, etc., a fin de destacar rasgos y disimular defectos.

#### **II.4.1.3.1. Rostro incompleto.**

Este tipo de carátulas nos presenta rostros que no se muestran completos, pero que nos resultan atractivos ante la necesidad de conocer la razón de dicho encuadre, la posición en la que se nos presentan esas caras seccionadas y la identificación más o menos clara del rostro.

La psicología de la Gestalt se dedicó al estudio de la forma, concluyendo que nuestro cerebro se configura a través de diversas leyes, a partir de lo que llega a través de los sentidos y la memoria. Una de esas leyes es la de cierre, por la cual una figura conocida, por ejemplo un rectángulo, que se nos muestra incompleto, es reconocido por nuestro cerebro como tal rectángulo a pesar de que le falte algún trazo. Esto se debe a que al ser una forma geométrica ya conocida, nuestra mente ha dibujado el trazo que faltaba comprobando así si esa forma era o no un rectángulo.

De igual manera, las portadas discográficas con caras incompletas no nos resultan desagradables. La percepción visual analiza la forma, en este caso la cara, envía la información al cerebro, que a través de experiencias previas identifica aquello como una cara. En dicha comparación enumera los elementos que componen un rostro (ojos, nariz, boca...) a fin de comprobar si lo que se ha visualizado es o no una cara. Por supuesto el rostro no está completo, siendo entonces cuando el cerebro aplica la ley de cierre, intentando cerrar la forma de la cara para reconocerla como tal.

La cara incompleta nos resulta extrañamente atractiva, puesto que se convierte casi en un plano detalle, lo cual concentra nuestra atención. Aunque haya excepciones, lo más frecuente en este tipo de fotografías, los ojos nunca suelen quedar fuera de plano, empleándose como punto de atención ya sea por su capacidad expresiva o como punto de referencia para la rápida identificación de la forma.

#### **II.4.1.3.2. Detalle de la cara.**

Son imágenes que muestran una zona concreta de la cara, planos tan próximos que enfatizan elementos y rasgos muy concretos, que de haberse tomado a menos distancia seguramente pasarían desapercibidos o no cobrarían la misma intensidad.

Por tanto, estos detalles tan próximos al rostro descontextualizan el entorno absolutamente y plasman un elemento, rasgo, sensación o sentimiento, a un nivel de significación enorme.

Los ojos suelen ser los elementos más reconocibles y por tanto recurrentes en esta categoría, aunque no por ello la instantánea tenga por qué verse limitada al poder vestir el plano con otros elementos (tal como ya haría Man Ray en su obra *Lágrimas* (1930).

La boca, menos empleada en los trabajos nacionales, también posee una importante capacidad expresiva, como es natural.

#### **II.4.1.4. Representación de directo.**

Junto a los discos de estudio y los recopilatorios, la otra gran categoría del mercado discográfico la representan los discos en directo. Es frecuente que para ilustrar dichos trabajos se empleen fotografías que plasmen la emoción desatada del artista sobre el escenario, ya sea cantando, bailando o enarbolando un instrumento.

La portada también ha de reflejar los aspectos del ambiente, iluminación, público..., a veces entrando en juego con las tipografías vibrantes que siguen el ritmo de la música o a modo de cartel luminoso.

Es una toma que puede ser falseada, es decir, la recreación de un directo en un estudio fotográfico (imagen No 37), o una interpretación al aire libre sin necesidad de público (imagen No 38). De tal forma, se pueden cuidar aspectos de composición e iluminación. Pero la toma más tradicional corresponde a la captación durante una representación en vivo y con público, la cual transmite al igual que la grabación sonora una sensación de inmediatez, de un momento que no se repetirá de manera natural (sí podemos revivirlo a través de la grabación sonora y de la imagen de portada).

Son muy frecuentes los contrastes de luz, debido a los focos empleados en escena, gesticulación en los modelos, instrumentos musicales, micrófonos, humo..., elementos en general que llenan la escena y la contextualizan. Al tratarse de instantáneas que capturan un momento concreto de la realidad, es muy probable que el resultado que encontremos en la carátula sea un reencuadre del negativo o del archivo digital.

#### **II.4.1.5. Ilustración.**

La ilustración, es decir, el uso del dibujo para ilustrar las carpetas de discos pop, llegó con retraso a nuestro país, pero lo hizo con fuerza y elegancia. En un principio fue campo para ilustradores y pintores con formación, pero no tardaron en aparecer trabajos realizados por artistas de vanguardia que priorizaban el valor artístico frente al meramente promocional del disco, generando que el público comenzase a contemplar las portadas de discos como una verdadera obra de arte.

Aquellas primeras ilustraciones, en gran parte compuestas por ilustraciones fantásticas, dieron paso a nuevas tendencias, como la pintura abstracta, el realismo o el retrato, para ya a finales de la década de los setenta y la totalidad de los ochenta dar cabida al cómic y a los artistas plásticos más vanguardistas de ese momento en España. En las últimas décadas, debido a que la industria discográfica nacional apostó por la radio-fórmulas y por artistas de «usar y tirar», se decantó hacia las portadas que empleaban la fotografía, lo que desplazó a las ilustraciones hacia géneros y grupos más minoritarios.

##### **II.4.1.5.1. Caricatura-cómic.**

Este género de ilustración se caracteriza por la exageración y distorsión de los rasgos característicos de una persona (principalmente físicos, aunque los emocionales se pueden acentuar por la expresión de un rostro). Es un estilo popularizado en las tiras cómicas de los periódicos y en los cómics.

Es por esto que, mientras que en el extranjero la caricatura toma forma satírica, en nuestro país apenas hacemos diferenciación entre la caricatura y el cómic. Esto se debe a que en España la mayoría de los tebeos estaban enfocados hacia un estilo humorístico (dada la influencia de Francisco Ibáñez y demás dibujantes de la editorial Olé).

A partir de los ochenta son los propios dibujantes de cómics quienes aceptan encargos para ilustrar portadas de discos (Bernet, Azagra,...) (imagen No 43), incluso pintores de vanguardia experimentan en este marco (imagen No 44).

##### **II.4.1.5.2. Cuadro.**

He llamado «cuadro» a la categoría en la cual el ilustrador tiene libertad absoluta de creación, no respondiendo a una temática concreta. Esta categoría deja patente la diversidad de estilos, técnicas y evolución de las mismas a lo largo de los años.

Como era de esperar los primeros trabajos reflejan la gran influencia que las portadas del rock sinfónico estaban teniendo a nivel internacional (en especial las elaboradas por Roger Dean), con mundos fantásticos y paisajes oníricos. (Imagen No 49).

La pintura naïf aunque no fue un recurso muy habitual, contiene algún ejemplo como el caso de *Un ramito de violetas* (imagen No 50), pintura que simula una falta de conocimientos técnicos en cuanto a proporciones, profundidad, líneas de fuga, etc. a fin de representar la ingenuidad infantil y adolescente.

De igual manera que las portadas naïf jugaban con la perspectiva, lo hicieron aquellas que se movían en el campo del cubismo (imagen No 51). No fueron frecuentes, pero por esa misma razón destacaban frente a las demás.

El estilo realista pretendía mostrar el estado del país, siendo frecuente que las imágenes que lo utilizaron reflejaran la vida de barrio (en tanto lo permitió la censura). El realismo a partir de los ochenta dejó de ser reivindicativo y se enfocó a mostrar situaciones que perfectamente podían ser tomadas fotográficamente, por lo cual, cada vez fueron menos frecuentes estos tipos de portadas. Destacan sobre manera los trabajos de Máximo Moreno para Triana (imágenes Nos 52 y 53).

Ya a finales de los setenta y principios de los ochenta, el *pop-art* logró llegar a las portadas de los discos nacionales mezclándose con las nuevas vanguardias del diseño gráfico. Entre las obsesiones de las nuevas generaciones de diseñadores por mostrar el paisaje urbano, apareció un trabajo de Gustavo Sánchez Llorente que quedará como referente en este campo (imagen No 55).

Pintores de vanguardia como Ceesepe y El Hoterlano, se hicieron un nombre a mediados de los setenta y durante todo este tiempo estos años han ilustrado ocasionalmente carpetas discográficas. El Hoterlano ha llegado a definir su estilo como «figurativismo distorsionado» (imagen No 56). Este ejemplo muestra una pintura que pretende captar el momento presente como una fotografía, pero sin atenerse a las reglas de la física (se puede prescindir de la perspectiva, se puede ver la música...).

A medida que se amplía el abanico de géneros musicales, los diseñadores gráficos buscan la inspiración en sus cuadros, experimentando a partir de estilos que difícilmente se creía que pudieran ser trasladados a las carpetas discográficas. Es por ello que las estilizaciones empleadas para los paisajes recuerden vagamente a las formas del art-decò y más adelante al impresionismo. De igual forma, el impresionismo también se toma como referencia en el impacto visual que se pretende en obras de rock urbano

(particular representación de la Pasión de la imagen No 58) o incluso al claroscuro más goyesco (imagen No 59)

#### **II.4.1.5.3. Fantasía épica.**

Requiere atención especial esta corriente pictórica, pero para comprenderla, hemos de conocer su origen. Éste se sitúa dentro de la literatura fantástica nacida en los años treinta del siglo XX, la cual suele desarrollarse en una ambientación medieval donde existe la magia y en la que aparecen personajes fantásticos y mitológicos.

Con el paso de los años, las carpetas de los grupos de rock duro fueron dejando atrás las fotos de grupo para dar paso a ilustraciones impactantes primero y a fantasía épicas después.

Diseñadores gráficos como Daniel Alonso o Luis Royo se han hecho internacionalmente famosos por sus trabajos en este campo, repletos de paisajes, personajes atrayentes, viajes, batallas, magia, mundos asolados y demás imágenes fantásticas.

Se evidencia una larga labor de planificación y elaboración para poder realizar tal trabajo, así como la utilización de técnicas muy concretas y avanzadas como el uso del aerógrafo para obtener las gamas de colores y los efectos lumínicos.

#### **II.4.1.5.4. Retrato.**

En el apartado referido a los rostros, ya hemos hablado de las características del retrato (que pretende focalizar la atención en los rasgos, captar emociones intensas, etc.). La libertad que nos ofrece el retrato ilustrado es que no tiene por qué atenerse a la realidad, puesto que puede abarcar desde altos niveles de iconicidad en la pintura realista hasta un nivel figurativo.

Por lo general, en nuestro país se ha tendido hacia una representación realista de los modelos. Una vez reconocibles, es cuando se les ha contextualizado en marcos oníricos en mayor o menor medida.

Quizá, la característica más llamativa desarrollada por nuestros diseñadores gráficos en este apartado, se encuentra en la amplia diversidad de técnicas empleadas, grafito, pastel, óleo, aerografía, encáustica...

#### **II.4.1.6. Instrumentos musicales.**

Al igual que en el retrato existe la categoría del «retrato profesional», en el que un trabajador posa con las herramientas con las cuales realiza su labor, en las carpetas discográficas siempre ha sido muy habitual la representación del músico junto a su instrumento, lo que adelanta información del estilo musical que nos encontraremos en los surcos del disco.

Ya sea de forma pictórica o fotográfica, el instrumento es el canal por el que el artista va a transmitir su música, creándose una estrecha relación icónica entre imagen y sonido, y resultando para el espectador algo así como una extensión física del músico o como una parte más de su indumentaria.

La guitarra eléctrica es el instrumento del pop por excelencia, aunque se deja espacio para percusiones y teclados; todos ellos simbolizan la juventud, el ímpetu, la energía, la rebeldía, y en ocasiones cierto carácter sexual.

Con frecuencia se suelen presentar analogías entre elementos ajenos a la música y los instrumentos musicales (imágenes Nos 73 y 74), en los cuales suelen insertarse referencias relacionadas con los propios artistas o con el título de la obra.

Aunque no sean instrumentos en sí mismos, también existen diversas portadas nacionales que muestran elementos reconocibles para el público, y fáciles de asociar con el sonido, como amplificadores (imágenes Nos 76 y 88), bafles, micrófonos y mesas de mezclas.

#### **II.4.1.7. Onírico.**

En la búsqueda por crear un impacto en el posible comprador del disco, el diseñador opta por ilustrar la carpeta con una imagen desconcertante pero atrayente, que se asemeje a un sueño, en el cual puede darse lugar a lo irracional.

Nuestros discos pop fueron abandonando los dibujos oníricos, decantándose por la fotografía, quizá debido a la búsqueda de una mayor semejanza con un posible sueño.

Es un tipo de imagen en la que lo cotidiano se mezcla con lo fantástico, y por tanto invita al lector de la misma a establecer una reflexión que aporte ya no solo lógica al contexto, sino que le lleve a preguntarse: ¿qué ha pasado antes y qué pasará después? Son imágenes que provocan futuras relecturas en las que se llevan a cabo escrutinios de elementos que se nos han podido pasar por alto y que nos aportan nuevas informaciones.



En el pasado, primaba más el concepto en sí que el resultado. Al estilo de la obra de Philippe Halsman, se experimentó con elementos como el agua (imagen No 77), filtros de cámara, diferentes objetivos y retoque en la impresión. Sin embargo en la actualidad las herramientas informáticas han facilitado la creación de este tipo de carátulas gracias al amplio abanico de filtros, efectos y *plugins*.

#### **II.4.1.8. Paisaje.**

La elección de un paisaje para ilustrar una carpeta discográfica ha variado enormemente a lo largo de los años. Constituyó el recurso fácil de la música folclórica, y como por tanto podría resultar de difícil uso en el mundo del pop.

El paisaje urbano fue apareciendo como parte del fondo de las carpetas discográficas

Deseosas de dar una mayor apertura de campo visual a la hora de retratar conjuntos musicales. A partir de aquí las ramificaciones del pop dieron más o menos importancia al paisaje como marco expresivo de su momento y contexto.

Fueron los cantautores y los grupos de folk-pop quienes más popularizaron el paisaje durante los últimos sesenta y los setenta, estableciendo una vinculación del artista con una región, o una forma de vida, ya fuera rural o urbana (imagen No 80).

Durante los años ochenta y hasta la actualidad, la iconografía cinematográfica ha sido trasladada por los diseñadores gráficos a las portadas en forma de puestas de sol. La carretera pasa a ser mostrada como el hogar del músico, y las autopistas o los paisajes que este encuentra a su paso son utilizados para tal fin, pasando de esta manera teniendo una fuerte vinculación con el mundo del rock.

Con los años, la carretera se fue dejando de lado para volver a mostrar un paisaje urbano, un tipo de retrato nocturno lleno de tópicos tales como la aparición de asfalto y farolas para poco a poco ir tornarse hacia un retrato reivindicativo sobre las diferencias sociales.

En los últimos años los trabajos de las bandas de rock más veteranas han mostrado su madurez a través de paisajes rurales, bucólicos y composiciones armoniosas donde prima lo horizontal.

#### **II.4.1.9. Logotipos y tipografías.**

Los logotipos son elementos gráficos diseñados con la intención de ser empleados como seña de identidad de una entidad o agrupación. Una tipografía en cambio es la representación de un estilo de letra según un tipo de trazo, tamaño y espacio entre otras iguales.

Los logotipos suelen establecer una relación semiótica entre los iconos gráficos presentados y el nombre de la banda (imagen No 84), cantante o un aspecto relacionado con ella a través del sonido, las letras o la estética del género.

Son abundantes los casos de grupos nacionales con logotipos conocidos. En menor grado otros tan solo emplean una tipografía, que con el tiempo pasa a ser tan reconocible que ejerce la misma labor icónica que el logotipo (imagen No 88). A pesar de esto, lo más común sigue siendo que el logotipo incluya en sí mismo una tipografía.

Este tipo de carátulas discográficas son empleadas principalmente en el disco de debut o en un trabajo recopilatorio de la banda.

#### **II.4.1.10. Collage.**

El collage, es decir, la combinación de diferentes técnicas, comenzó a ser frecuente de manera muy tosca a finales de los años setenta, poniéndose de moda gracias al movimiento *punk*. En nuestro país, reconocidos artistas experimentaban por entonces con técnicas depuradas de collage (fotografías en blanco y negro que después se pintaban con acuarela) (imagen No 91). Así, cuando a principios de los ochenta el pop español realizó encargos de este tipo, fue a artistas con experiencia, siendo los resultados considerablemente buenos, no solo a nivel técnico sino creativo.

No ha sido un género muy desarrollado en España, que curiosamente no ha seguido los rasgos de las obras extranjeras más populares. En su lugar, las portadas de collage españolas solían combinar tan solo dos técnicas, recurriendo en la mayor parte de los casos a la pintura como una de ellas.

El campo permite multitud de posibilidades: ilustración y foto superpuesta, ilustración geométrica en la cual se insertan fotografías para generar una sensación tridimensional, fotografías pintadas, combinación de fotografía y técnica «chalk», etc.

Las nuevas tecnologías han contribuido a la facilidad y rapidez a la hora de realizar collages, aunque la pulcritud de dichos trabajos ha restado parte de la identidad original de esta técnica, lo cual ha producido que el impacto en el público haya sido

menor. Aunque esto también se puede atribuir a que, acostumbrados a niveles de lectura más complejos, el collage se ha visto como una técnica anticuada y por ello en la actualidad no se le presta la atención que se merece.

#### **II.4.1.11. Abstracto.**

Dentro de la dificultad que supone definir el arte abstracto, podemos aventurarnos a explicarlo como aquel que buscando la esencia del arte atiende a aspectos de síntesis de la forma, la luz, la composición, el color y las texturas sin buscar establecer referencias con elementos de nuestra realidad.

El pop español ha mostrado obras de arte abstracto de corrientes muy diferentes, como el suprematismo, el rayonismo, el orfismo e incluso el *action painting*. Nuestros diseñadores optaron por este tipo de representaciones para dotar a las obras musicales de un aura culta y modernista. Así pues, el arte abstracto geométrico (imagen No 95) (en ocasiones cinético y constructivista) fue popular en los años setenta, casi adelantándose a los diseños informáticos que se emplearían una década después.

Se hace inevitable hacer referencia a las carpetas de Lluís Llach, que se dividen en fotografías del artista y arte abstracto. En estas últimas encontramos imágenes con diversos grados de abstracción (obras de clara influencia de Paul Klee), siendo las de menor grado aquellas que consiguen un mejor poder expresivo, ya que el lector de la imagen puede reconocer formas de nuestra realidad dentro de un mundo irreal.

Durante los ochenta, quizá debido a las mejoras de reproducción, podíamos encontrar en el catálogo pop obras plásticas en las que se combinaban técnicas (imagen No 97) y donde a pesar de la bidimensionalidad de la carpeta discográfica se procuraba resaltar las texturas que poseía la obra original.

#### **II.4.1.12. Tendencias minimalistas.**

Ante la tendencia a llenar todo el espacio que ofrece la carpeta discográfica, también se presenta la corriente de reducir a lo esencial la plasmación de elementos en dicha superficie, cumpliendo igualmente con la función de transmisión de un mensaje.

Esto a su vez se convierte en un amplio campo de posibilidades plásticas que abarcan desde el minimalismo «tradicional» (reducido contenido formal, alto contenido intelectual) al arte abstracto (aquel que prescinde de la figuración).

#### **II.4.1.12.1. Diseño minimalista.**

Comentaba anteriormente el concepto de la reducción de formas a lo mínimo sin que eso supusiese una merma de información en el mensaje. La aplicación de este tipo de portadas en el pop nacional no es reciente, aunque haya tenido una importante presencia desde principios del siglo XXI, debido al uso que del minimalismo ha venido haciendo la publicidad.

Si durante décadas las portadas discográficas de esta tendencia plasmaban elementos claramente identificables, las más recientes han tendido hacia la presentación de los elementos casi como una imagen corporativa y comercial.

#### **II.4.1.12.2. Diseño informático minimalista.**

Peter Saville con su portada para *Unknown pleasures* (1979) de Joy Division, introdujo un nuevo tipo de diseño en las carátulas discográficas. La representación gráfica de los pulsos de una estrella tal como lo plasmaba un ordenador, era tan impactante que no tardó en dar la vuelta al mundo, recalando evidentemente en España.

La línea de aquel trabajo fue asimilada por los grupos de música electrónica del momento, que asumirían el diseño gráfico informático como su campo de creatividad. Pronto comenzaron a proliferar portadas nacionales a medio camino entre la pintura abstracta y diseños futuristas, siendo las formas más habituales las geometrías de estética vectorial realizadas por ordenador y trabajos de *pop-art* que llamaban poderosamente la atención por la ilusión de movimiento que generaban.

#### **II.4.1.12.3. Minimalismo textual.**

La aparición del disco *The Beatles* (1968) también conocido como *White album*, supuso una importante ruptura estética a nivel internacional, puesto que aquella portada blanca solo destacaba en gris el nombre del grupo.

Aquel recurso se terminó empleando en nuestro pop, en unos casos limitándose al nombre del grupo y el título del disco, en otros introduciendo pequeñas innovaciones de color o logotipos.

#### **II.4.1.13. Paralelismos, guiños y referencias.**

Como ya se ha explicado anteriormente, el diseñador gráfico debe dominar los lenguajes, conceptos y procesos de comunicación para poder transmitir una idea que

capte la atención del posible comprador. Es por ello que las imágenes deben tener un impacto rápido y directo sobre el público. Ante el bombardeo continuo de estímulos visuales con intención comercial en nuestra sociedad actual, cada vez se hace más difícil acceder a una masa que se encuentra insensibilizada por tal saturación. Es por ello que, buscando soluciones, se recurre al juego de establecer una relación con algo ya conocido, un icono visual reconocible, contextualizado o no con el producto a vender, puesto que lo importante en esencia es captar la atención para introducir el mensaje intencional después.

El mundo discográfico del pop se ha valido desde hace muchos años de esta técnica. Cabría pensar que lo ha hecho exclusivamente con imágenes relacionadas con la música, pero no es así, ya que los paralelismos son imágenes frecuentes que asociamos con cosas cotidianas de nuestra vida diaria. Así, un círculo puede simbolizar la esfera de un reloj, y una naranja seccionada puede recordarnos al sol (imagen No 107).

Al igual que los paralelismos, las portadas del pop español están llenas de guiños y referencias, tanto a discos internacionales como a imágenes populares pertenecientes al acervo cultural.

Grupos de marcado carácter irónico como Siniestro Total, Moncho Alpuente y los Kwai o los Petersellers han hecho uso de la parodia realizando burdas imitaciones. Otras bandas, por el contrario, optan por el homenaje, realizando una portada similar, a modo de reconocimiento al trabajo realizado por el diseñador gráfico original o el grupo musical.

#### **II.4.1.14. Periódicos y revistas.**

La ilustración de la portada del disco de Jethro Tull *Thick as a brick* (1972), generó a nivel internacional un gran impacto, al ser la primera vez que se representaba un álbum como si fuese la primera página de un periódico. A partir de ese momento, diversos grupos emplearon no solo la portada, sino las diferentes partes de un periódico para ilustrar sus trabajos (secciones de sucesos, esquelas, etc...), llegando incluso a trasladarse a las portadas de revistas de moda, como ocurrió con *Cover girl* (1986) de Phantom, Rocker & Slick.

En nuestro país, curiosamente no fue un recurso que despertase la atención de nuestros artistas, no siendo hasta ya entrados los noventa cuando empiezan a proliferar.

En estos trabajos los nombres de los artistas suelen ser empleados como los de la publicación, y los titulares hacer referencia a los títulos y letras de las canciones.

#### **II.4.1.15. Ventanas.**

Las ventanas, o lo que es lo mismo, el uso de diversas imágenes (en algunos casos repetidas), en una disposición más o menos regular a modo de viñetas, es un recurso muy empleado en el pop desde que lo popularizaron The Beatles en su disco *A hard day's night* (1964).

Este recurso permite presentar al artista o a los miembros de grupo por separado, creando la posibilidad de conocer rasgos superficiales de la personalidad individual, así como aspectos estéticos en general, que servirán como pistas del estilo musical que desarrollan (imagen No 126).

Existe la variante de la repetición de la misma toma en distintas ventanas, con diferentes reencuadres, siendo habitual el acercamiento y pudiendo llegar al plano detalle (imagen No 128).

La última opción, que ha ido tomando impulso en los últimos tiempos, es la del uso de diversas escenas vinculadas o no con el título del álbum, estilo musical, o música contenida en el disco.

## **II.4.2. Lecturas de imágenes de diversas portadas discográficas españolas.**

Los siguientes casos utilizaran como referencia en los niveles de iconicidad la escala presentada por Graham Moles por ser la presentada como ejemplo en el apartado de dedicamos al tema.

### **ANÁLISIS DEL RETRATO EMOCIONAL**

**Artista/Grupo: Carlos Berlanga**

**Disco: El ángel exterminador**

**Sello: Hispavox**

**Año: 1990**

**Diseño: Paco Rucio**

**Imagen número: 131**

Fotografía en blanco y negro, que a pesar del evidente grado de iconicidad que implica, pierde nivel de realidad ante una dureza de luz poco natural.

La escena nos muestra al artista mirando fijamente a cámara en una postura poco natural, en la cual la rodilla entra en el plano. La idea planteada por el fotógrafo para poder acceder a esa dimensión emocional parte de crear un retrato clásico en el cual las expresiones queden resaltadas gracias al control de la iluminación.

La composición de la imagen se reduce a encuadrar el modelo en plano medio ocupando prácticamente la escena, en el margen izquierdo se deja un mínimo espacio de aire, pero el hombro derecho queda fuera de plano (al igual que la parte superior de la cabeza). La posición de la cara, centrada y siguiendo el eje vertical, favorece la lectura con otro elemento como es la rodilla, es decir, los puntos de atención quedan claramente iluminados (rostro, rodilla y hombro izquierdo) y los principales se encuentran siguiendo puntos descendentes del eje vertical, lo cual aporta estabilidad a la escena.

El fondo está totalmente separado de la figura, vacío de elementos. Queda relegado a una masa blanca que separa el modelo y resalta su tridimensionalidad. El resto de elementos volumétricos los reconocemos en las texturas propias de la piel y de la vestimenta, unas resaltadas en exceso (pliegues de la americana) y otras eliminadas totalmente (cuello) debido a la elección que se hizo de la iluminación (ausencia de luz de recorte).

Las imágenes en blanco y negro suelen presentar unas transiciones que van del negro absoluto al blanco. Sin embargo esta toma en cuestión, planteada en clave baja con altas sombras, reduce dicho espectro debido a la ausencia de iluminación en un lado del rostro.

La lectura de la imagen nos lleva a comenzar desde el punto superior izquierdo y seguir el bloque de texto hacia la derecha. Ante el aire que reconocemos en el margen izquierdo nuestra mirada tiende a buscar la forma reconocible, que es la que toma forma de rostro, ligeramente alargado, que nos hace continuar descendiendo hasta encontrar la rodilla. Las líneas verticales de los pliegues siguen marcando la dirección a seguir, y una vez ya no podemos descender más, continuamos buscando formas reconocibles, por lo que seguimos la diagonal que forma la solapa de la chaqueta, a continuación las zonas iluminadas ascendentemente y terminamos en el hombro.

La tipografía empleada para nombrar al artista es de palo seco «regulares ligeramente alargadas» en color azul y la del título de la obra cursiva a mano alzada en rojo. Esto le confiere dinamismo y cercanía con el lector, estableciendo una complicidad entre ambos.

A nivel subjetivo, podemos concluir que se pretende mostrar al modelo como un hombre normal y corriente, pero que puede tener su lado oscuro, no conocido y quizá no tan pacífico como pueda parecer. Este concepto toma mayor fuerza con el título *El ángel exterminador*, que procede de la película homónima de Luis Buñuel estrenada en 1962 y en la que se mostraba a unos burgueses en una situación de encierro ante la que terminan perdiendo las formas y aflorando la crueldad de la naturaleza humana.



## **ANÁLISIS REPRESENTACIÓN DE GRUPO**

**Artista/Grupo: Héroes del Silencio**

**Disco: Senderos de traición**

**Sello: EMI-Music Spain, EMI-Odeón**

**Año: 1990**

**Diseño: Estudio Pedro Delgado (Fotografía: Javier Clos)**

**Imagen número: 132**

Imagen en blanco y negro, en plano americano y composición de grupo en la que se presenta una situación jerárquica diagonal a diferentes planos de cercanía con respecto a cámara (el cantante en primer lugar).

Escena sin elementos de referencia, no existe un fondo que sirva como paisaje, lo cual no aporta información si la toma se realiza al aire libre (existen pistas como las gafas de sol o el pelo movido por el viento, aunque esto último puede ser simulado), o una toma en estudio empleando un fondo liso. La toma por tanto, tiene dos secciones claramente delimitadas: un triángulo sin más elementos que el logotipo de la banda y el título del disco y el que forman los cuerpos de los músicos.

Se presentan diversos puntos de atención. El primero es el logotipo de la banda, sin ningún elemento cercano que pueda suponer una interferencia, y los siguientes son, por orden de proximidad a cámara, las caras de los músicos. En menor grado podrían considerarse aspectos de la vestimenta, en especial el cinturón que cuelga en el modelo de la derecha, empleado a forma de cierre de imagen.

Por lo tanto, pese a que la imagen posee un gran peso en el eje vertical, que aporta seriedad y detención, la disposición en diagonal de los puntos de interés y la profundidad de la distancia entre los modelos (otra diagonal tridimensional), suscita dinamismo. Además, la imagen también provoca una ruptura con el resto de formas de representar a los grupos en la misma época, tanto por composición como por popularidad, ya que mientras que la tendencia del momento era mostrar la importancia de todos los miembros de una banda, en este caso se da prioridad al cantante como el rostro más reconocible del conjunto. No se debe descuidar que la composición está planificada siguiendo la ley de los tres tercios, por la cual se subdivide la imagen trazando imaginariamente dos rectas paralelas a la base y otras dos a la altura, de manera que los cuatro puntos donde dichas rectas se entrecruzan, son interpretados por el cerebro humano como puntos de equilibrio de la imagen. En esta portada en cuestión,

se han situado intencionadamente tres puntos, uno en la cara del cantante, otro en el miembro de la banda más alejado y el último en el cinturón del cantante.

Es una toma en blanco y negro con amplitud de tonalidades, aunque existe un predominio del negro, sin empastarse a pesar de que el fondo es totalmente blanco, lo que refleja la cuidada planificación previa de la toma por parte del fotógrafo.

La lectura se inicia encontrando el logotipo del grupo, para después viajar rápidamente hacia el rostro que se encuentre más cercano al posterior punto lógico de lectura (superior izquierda). Una vez encontrado, se desciende en diagonal recorriendo los diferentes rostros para posteriormente realizar un amplio barrido hacia la derecha, analizando las ropas y reclamando la atención la parte colgante del cinturón situado a la derecha. De esta manera concluye la lectura en el ángulo inferior derecho, como cabría esperar.

A nivel subjetivo, los rostros se muestran serios, incluso podríamos decir que con gesto de desprecio, la ropa es oscura, alguno de los músicos porta gafas de sol no dejando ver sus ojos, como señal de ocultación, y el cantante posa con los brazos cruzados, lo cual se puede interpretar como una barrera. Todo esto cobra mayor sentido cuando el álbum recibe el título de *Senderos de traición*, lo cual nos hace preguntarnos si la banda toma esa postura defensiva y de desprecio ante una traición o si por el contrario se separan de aquellos a los cuales han traicionado.

## **ANÁLISIS DEL ROSTRO: CARA INCOMPLETA**

**Artista/Grupo: Nacho Cano**

**Disco: El lado femenino**

**Sello: Virgin Benelux (España) Virgin/EMI (Latinoamérica)**

**Año: 1996**

**Diseño: R. Vigil (Fotografía Javier Salas)**

**Imagen número: 133**

Se nos presenta una imagen de alto nivel de iconicidad, puesto que estamos ante una fotografía en color, en la que el principal y primer punto de interés es un rostro incompleto en primer plano, con apenas profundidad de campo (tan solo en zonas del rostro, puesto que el collar que porta ya no tiene detalle). Un segundo punto de interés lo constituye la inserción por fotomontaje de un rostro femenino que ocupa gran parte del fondo y se presenta con un mayor desenfoque con respecto a la figura principal. La toma se realiza como un primer plano a la misma altura de ojos que el modelo masculino aplicándose la misma tipología a la mujer, pero mostrando un perfil a mayor escala.

Aunque los rostros sean los puntos de interés, tendemos a buscar en ellos elementos expresivos, como en este caso los ojos, en la figura masculina abiertos, en la femenina cerrados. Las formas corresponden a la fisionomía humana, por lo que tienden a lo irregular y a lo curvo, aunque debido a las poses estáticas no hay sensación de movimiento o escorzo. El eje en el cual se mueven las figuras es el vertical, siendo el único trazo dinámico que podríamos considerar la diagonal que recorre del cuello masculino hacia su hombro. Empleando la ley de los tres tercios se han situado el ojo y los labios de la mujer ocupando los puntos del margen izquierdo cara a establecer un equilibrio con respecto al peso que ejerce el rostro masculino en un primer plano.

Las texturas modeladas por una iluminación suave se pueden apreciar en las partes que quedan dentro de plano. Las zonas difuminadas por el desenfoque, van suavizando las texturas hasta perder toda definición, visualizándose claramente en el nacimiento de la barba y más allá de los contrastes lumínicos. El rostro femenino está difuminado en un mismo grado, el rostro masculino está difuminado en un mismo grado, lo que elimina prácticamente la tridimensionalidad, mientras que el modelo masculino la resalta principalmente por la posición completa del cuerpo a tres cuartos respecto a cámara.

Existe un predominio de la tonalidad azul clara que evoca tranquilidad y orden y que afecta al fondo y al rostro femenino. El masculino remarca su tridimensionalidad no solo por lo comentado anteriormente de su posición con respecto a cámara, sino por ser el único elemento con tonos cálidos. Este contraste lo separa aún más del fondo.

Se escogió para el nombre una tipografía estrecha y regular, en color blanco con una sombra paralela en azul oscuro. El título del álbum, en tamaño menor y en cursiva, fue escogido en color negro, presentando como única particularidad la letra «f» de la palabra «femenino» a mayor tamaño y en color rojo, a modo de alusión a lo pasional, al amor y a lo musical (las «efes» del violín).

Todo este conjunto nos presenta un ejemplo de lectura compleja. Comenzando por el punto habitual seguimos el bloque de texto hasta la zona superior derecha. La nitidez nos lleva hacia el ojo y a raíz de ello continuamos hasta la barbilla. Ante la sensación de extrañeza de este tipo de lectura poco lógica la vista se dirige hacia el otro punto de atención reconocido en el ojo femenino, de manera que descendemos recorriendo su rostro hacia la boca, y de ahí, aprovechando la línea del collar y el mentón masculino, dirigimos finalmente la mirada hacia el sector inferior derecho.

A nivel subjetivo el título del disco es bastante claro: todo hombre tiene un lado femenino. La elección del rostro incompleto aporta aún más sensación de querer ocultar esa faceta por parte del hombre, pero a pesar de ello, por la parte inferior de su cabeza emerge esa femineidad. Sin embargo, el lado masculino mira la realidad (racionalidad) y con los ojos cerrados puede ver lo que él no ve (sentimientos).

## **ANÁLISIS DEL ROSTRO: DETALLE DE LA CARA**

**Artista/Grupo: Barricada**

**Disco: Bésame...**

**Sello: Dro East West**

**Año: 2002**

**Diseño: Kike García y Nicolás López**

**Imagen número: 134**

Fotografía en blanco y negro de un plano detalle de una parte del rostro humano. En este caso, una boca que cerrada contiene un gesto que muestra la dentadura del modelo.

No existe un punto de atención concreto en la foto, sino que esta función la llevan a cabo todos los dientes que prácticamente ocupan toda la imagen, a excepción de las encías y parte del labio.

Es un gesto que difícilmente se puede captar con facilidad y prestando atención se observa cómo la parte superior está levantada, lo cual delata que nos encontramos ante una toma planificada y no casual. A los lados aparecen dos elementos no reconocibles, que perfectamente podrían ser dedos que separan los labios y dejan ver la dentadura. Cabría pensar entonces que el supuesto gesto de rabia, no es tal, sino más bien una mueca. A pesar de conocer este recurso, las formas curvas simulan una contención del movimiento que en cualquier momento parece irse a desatar y aproximarse a nosotros.

El eje, aunque vertical, muestra un ángulo ligeramente diagonal aberrante que favorece el dinamismo, y potencia la supuesta espontaneidad del gesto, incrementándose esto ante la aplicación de ruido sobre la foto. Lo que en un principio se puede confundir con texturas o con barba cerca de las comisuras de los labios, en realidad es un ruido insertado sobre la imagen. Por el contrario, la toma sí contiene, por proximidad y enfoque, gran detalle de las texturas en los poros de las encías o las rugosidades en los labios, acrecentando la tridimensionalidad por los brillos y el contraste de un blanco y negro en una clave media.

La lectura de imagen, sigue una línea en «Z» tradicional, pero que invita a ser examinada una y otra vez, puesto que algunos trazos de ruido están ubicados con la intencionalidad no de desviar la atención sino de recavarla con lecturas en profundidad. En particular existen dos tipos de trazos de ruido, los más pequeños resaltan las

texturas, los más largos indican dirección y casi todos ellos señalan hacia la parte central inferior.

La lectura subjetiva resulta en este caso una ironía entre el aparente gesto de rabia que es en realidad lo que se encuentra debajo de los labios cuando se da un beso.

## **ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN EN DIRECTO**

**Artista/Grupo: Loquillo y Trogloditas**

**Disco: Chanel, cocaína y Don Perignon (single)**

**Sello: Hispavox**

**Año: 1986**

**Diseño: (Fotografía de Manel Esclusa)**

**Imagen número: 135**

Imagen en blanco y negro con capa o virado hacia un color azulado, en la cual encontramos al cantante en plena actuación, cayendo una luz de foco justo a su espalda.

La imagen es un directo real, por lo que no se ha podido planificar la iluminación. El fotógrafo, conociendo las condiciones a las que se había que enfrentar (el single está publicado en 1985), hizo uso de un negativo de alta sensibilidad, 400ASA o superior, para poder obtener fotografías congeladas, a pesar de que dicha elección aportase también un grano muy duro al negativo. El resultado que podemos apreciar nos muestra al cantante en una pose espontánea, por lo que con mucha seguridad, el fotógrafo habría tenido que realizar gran cantidad de disparos para después elegir la fotografía más adecuada, incluso quizá teniendo que reencuadrarla a la hora de trasladarla a la carpeta discográfica.

El punto general de atención lo conforman el micrófono y el rostro, siendo el halo de luz del foco, así como los reflejos que la luz produce en la chaqueta de cuero, puntos de atención secundarios, siendo también núcleos de información sobre la ubicación y del estilo musical del artista.

La postura que adquiere el cuerpo traza una diagonal reforzada por la paralela creada con el brazo que levanta el pie de micrófono, lo que aúna dinamismo y solidez. A su vez, el foco cae en otra diagonal más ligera, despertando la duda de si realmente la toma es natural o directamente un reencuadre en forma de ligero plano aberrante.

La luz resbala tanto por la cara como por los pliegues de la chaqueta de cuero, creando brillos en los detalles metálicos, lo cual genera un juego de texturas que resalta la imagen en general. Contribuye también a ello la corta profundidad de foco empleada en la instantánea, difuminando el fondo en el que no reconocemos con seguridad si por allí pasa un músico. La luz que desciende del foco queda difuminada, generando en diferentes niveles de profundidad.

La lectura se produce de una manera muy rápida, partiendo del punto de inicio habitual en nuestra mirada, se topa con el pie del micrófono y desciende siguiendo la línea que marca en diagonal. Una vez concluida, nos dispara directamente hacia la cara del artista y después hacia el punto final de lectura, reforzada la dirección descendente por una tipografía en cascada.

A nivel de lectura subjetiva poco se puede deducir. Nos encontramos ante un single, por lo que no suele realizarse una toma que ilustre en profundidad un aspecto del tema musical o del disco del cual haya sido extraído. Más bien, nos muestran a un cantante de un grupo de rock'n'roll de influencias clásicas, dado aspectos tales como el tupe, la cazadora de cuero o la expresión de energía desatada en directo.

El tono azulado aplicado en la totalidad de la toma, es decir un contraste entre el atrevimiento del color y el anacronismo musical dentro de la *Movida madrileña*.



## ANÁLISIS DE ILUSTRACIÓN

**Artista/Grupo:** Azul y Negro

**Disco:** Suspense

**Sello:** Mercury

**Año:** 1984

**Diseño:** Castán Barea

**Imagen número:** 136

Esta carpeta nos presenta una ilustración, lo que sitúa su nivel de iconicidad en un grado medio según la escala de Abraham Moles (representación figurativa). Nos encontramos una historia dentro de la historia, es decir, se nos presentan dos historias en una sola imagen presentando un juego tridimensional. En la primera aparece un cuadro enmarcado en un blanco absoluto, y en su interior encontramos la representación de una puerta entreabierta desde la que se proyecta una sombra que rompe ese marco. La segunda escena presenta el reclamo de la carpeta, al mostrarnos a un hombre lobo que desgarrar desde atrás la primera escena, tratando de llegar al lector de la imagen y por tanto estableciendo una relación entre diferentes planos de realidad.

Este tipo de recursos ya se venían empleando anteriormente a nivel mundial como en *Trespass* (1970) del grupo Génesis o en *Peter Gabriel II* (1978) de Peter Gabriel, pero de manera escasa en nuestro país.

El punto de atención principal se encuentra en el ojo, seguido después por las garras y los trazos que éstas han marcado.

Se produce un choque entre las formas regulares del primer nivel (cuadro clásico) y las irregulares que suponen los elementos del segundo en forma de desgarros, garras, parte del rostro, o estas últimas las que realmente ejercen impacto en nosotros como lectores.

Las texturas las podemos encontrar en los diferentes niveles de luz y sombra y en el gesto de la cara. En cambio, la verdadera dimensión volumétrica la reconocemos mayormente en la representación de los pliegues que se crean en el lienzo y las garras que lo atraviesan. También, en menor medida también suponemos que existe otro plano posterior al hombre lobo porque vemos la luna.

El movimiento es contenido, pero dado el contexto y el gran peso del eje diagonal se crea una ilusión de acción en curso en la cual percibimos la inmediatez de la acción y nos hace suponer una continuación inmediata.

Los colores del cuadro, se mueven en azules casi blancos, lo que nos hace percibir serenidad, tranquilidad y pureza reforzada por esas formas regulares. Sin embargo, la ruptura de dicho plano introduce el negro como poder y tonos cálidos entre rojos y amarillos que nos evocan peligro, excitación y vitalidad.

La ubicación de elementos es central. La cara del hombre lobo sigue el desgarramiento hacia la derecha dejando un hueco vacío que fue rellenado con una luna que lo contextualiza.

La tipografía empleada para el nombre del grupo es estrecha y discreta, guardando poca relación con el concepto global de la portada. En cambio la utilizada para el título de la obra sí llama la atención puesto que las diferentes letras no guardan una altura regular, bailando hacia arriba y hacia abajo el mensaje de *Suspense*. Se le añadió además una sombra separada en dirección inferior izquierda, lo cual no es común y desvía la lectura hacia la derecha, es decir, hacia fuera de la imagen.

La primera lectura que realizamos de esta ilustración es extremadamente rápida, dado que carece de tipografías excesivamente llamativas. En lugar de iniciar la lectura hacia la derecha en sentido horizontal, nos dejamos llevar en una diagonal siguiendo la dirección marcada por los desgarramientos hasta detenernos en el poderoso punto de atención que es el ojo, para después continuar hacia el final de la imagen reforzada por la zona de sombra de la puerta.

Evidentemente la imagen nos invita a revisarla una y otra vez, realizando una segunda lectura en la que muy probablemente seguiríamos buscando nuevos elementos.

## **ANÁLISIS ABSTRACCIÓN**

**Artista/Grupo: 21 Japonesas**

**Disco: Fuego dulce**

**Sello: WEA**

**Año: 1994**

**Diseño: Desconocido**

**Imagen número: 137**

Esta carpeta muestra una fotografía desenfocada hasta su abstracción, en que la figura representada tan solo mantiene la esencia de lo que es y que podemos reconocer tan solo por sus elementos de forma y color.

Las características de la toma suponen un choque de conceptos en la escala de nivel de iconicidad, puesto que por una parte se trata de una fotografía en color, por lo cual debería un nivel iconicidad alto, pero por el contrario, la proximidad al elemento fotografiado y la ausencia de enfoque forman una representación figurativa no realista. A pesar de ello, como ya se ha dicho, el color y la caprichosa forma nos resulta fácilmente reconocible, pues se trata de una llama.

La proximidad de la toma al fuego genera en toda su forma un solo punto de atención, la llama en sí. Podríamos señalar quizá que al tratarse de fuego, las formas son caprichosas e imposibles de haber sido colocadas intencionadamente por el hombre.

Las formas evidentemente son irregulares, transmitiendo movimiento, lo que juega con la profundidad y la tridimensionalidad de la llama. Aunque podamos apuntar que la imagen se mueve en un plano vertical, carece de importancia, puesto que la llama ocupa casi la totalidad de la imagen y no existe ninguna referencia cercana siendo el fondo un negro absoluto.

Los colores de la imagen son los evidentes, amarillos, rojos y anaranjados en transiciones suaves, que transmiten calidez, vitalidad, peligro, excitación y emoción. La dimensión volumétrica es apenas perceptible por el desenfoque de la imagen; casi no se aprecia en la llama y ésta prácticamente se empasta con el fondo negro.

No tenemos suficiente información como para saber si lo que se nos muestra es la toma en sí o un reencuadre del negativo, por lo cual, solo podemos comentar como ubicación de elementos el cuadro de texto, ocupando todo el sector superior. La lectura, por tanto, se inicia siguiendo dichas letras, lo que nos hace llegar al extremo superior derecho. La mirada se dirige hacia la izquierda, prestando atención a un espacio sin

llama que forma una especie de diagonal que dinamiza la lectura hasta casi la mitad de la imagen. La lógica nos llevaría entonces hacia la derecha, donde encontramos una masa de tono rojizo, volviendo a bajar en busca de otro hueco negro para posteriormente terminar la lectura en la parte inferior derecha.

A nivel de subjetivo, es evidente la búsqueda de relación entre título e imagen, evocando el abstracto concepto de captación de *sabor* en el fuego.

## **ANÁLISIS MINIMALISMO**

**Artista/Grupo: Medina Azahara**

**Disco: Andalucía**

**Sello: CBS**

**Año: 1982**

**Diseño: Desconocido**

**Imagen número: 138**

Nos encontramos ante un trabajo de ilustración minimalista, por lo que la intención del ilustrador es que la lectura subjetiva predomine sobre la denotativa.

Se nos muestra una representación figurativa de bajo nivel icónico (del uno según la escala de Abraham Moles). Un marco negro delimita un cuadrado de fondo blanco sobre el cual se sitúan una serie de lunares rojos. Una vez que como espectadores asumimos la repetición de dichos elementos tan fácilmente reconocibles, dejaremos de prestarles atención en busca de más elementos, no encontrándolos (a excepción del título del disco) y por tanto dando por concluida la lectura de la imagen.

Los puntos de atención serían los dos escuetos bloques de texto, nombre del grupo en el punto inicial de lectura, los lunares y el título del álbum en el punto final de la misma. Cabría esperar que los lunares provocaran alguna parada o interrupción (por ejemplo, si se hubiera pintado uno de otro color), pero no es así. Además, están enfatizados gracias al marco de color negro (líneas rectas de estabilidad) y resaltados en un fondo blanco. Por si esto fuese poco, la regular disposición de elementos en un entramado de cinco a cuatro favorece la caída en diagonal, lo cual dinamiza y aporta velocidad a la lectura.

Como se ha comentado anteriormente, tan solo se trabajó con tres colores: negro para aportar seriedad a aquello que iba a contener el marco, blanco de fondo como símbolo de claridad, y rojo en los puntos, color asociado tanto al peligro como a la pasión.

El ilustrador no consideró el dotar a los colores de una variedad tonal, por lo cual todos los elementos de un mismo color son iguales entre sí. Esta homogeneidad también se transmite a la inexistente sensación de tridimensionalidad.

El proceso de lectura de la imagen parte del sector superior izquierdo, atraviesa el primer texto, y continúa la lectura natural hacia la derecha invadiendo el sector de los lunares. Una vez conocida la segunda o tercera línea y reconocidos como iguales, la

lectura se generaliza y desciende rápidamente en diagonal hacia el sector inferior derecho, deteniéndose a leer el título del álbum.

Todo esto evidencia cómo la intención del diseñador era la de crear una obra de bajo nivel icónico pero de fácil evocación, jugando con el título «Andalucía» y estableciendo un puente con la estampación de los trajes de lunares, empleados por las mujeres en el folclore de la región.

A su vez, sin necesidad de mostrar a los artistas, todo este conjunto de conceptos adelanta al posible comprador información sobre el estilo de música que realiza el grupo, un rock con fuerte influencia de raíces andaluzas.

## ANÁLISIS DE PARALELISMOS, GUIÑO, HOMENAJE

**Artista/Grupo:** Olé Olé

**Disco:** Los caballeros las prefieren rubias

**Sello:** Hispavox

**Año:** 1987

**Diseño:** Desconocido

**Imagen número:** 139

Fotografía en plano medio corto, con modelo ligeramente ladeada respecto a la cámara. Un tipo de retrato clásico al estilo de décadas pasadas. Se nos presenta esta portada dentro del estilo de guiño y referencia tan extendido en el pop nacional, homenaje no sólo a la imagen de Marilyn Monroe al estilo de los retratos que de ella hicieron Eve Arnold o Ernst Haas, sino también al título de la película que protagonizó junto a Tom Ewell *Los caballeros las prefieren rubias* (1953) dirigida por Howard Hawks.

El punto principal de atención lo forma todo el rostro de la modelo, en el que se ha remarcado el gesto de la mirada y labios, con un uso excesivo de maquillaje para potenciar su femineidad. Cabría la posibilidad de que el cuerpo semidesnudo fuese otro punto de interés, pero es el hombro descubierto y la dirección que marca el brazo lo que reclama más la atención.

La postura guarda líneas regulares, lo que transmite tranquilidad e invita a detenerse, aunque la cabeza ligeramente inclinada (otro gesto seductor) crea una diagonal contraria a la que se forma en la espalda, formando un triángulo no completo, lo que aporta a la toma cierta tensión y dinamismo.

Las posibles texturas quedan prácticamente eliminadas debido a la excesiva iluminación de la toma, en especial de la luz de relleno, puesto que no se reconocen formas en las pieles que sostiene la modelo y apenas hay definición en sus cabellos. A esto contribuye también la iluminación de fondo, que crea un hilo que empasta el tono del cabello o de este con la espalda y los hombros.

El color predominante es el amarillo claro, casi llegando al blanco. Limpieza, pureza y vitalidad contrastan con el fuerte maquillaje del rostro en negro y rojo, elegancia y pasión.

El encuadre es horizontal, un poco más bajo que la altura de la mujer, lo cual le otorga poder sobre el espectador.

La lectura no revierte mayor dificultad, puesto que el bloque tipográfico se encuentra situado en el espacio vacío a la derecha. Por tanto, se inicia un camino hacia el rostro y se desciende por él en diagonal hasta la barbilla. Bajando por el cuello la lógica nos llevaría hasta el bloque inferior izquierdo, pero el contraste de luz y sombra que se nos presenta en el hombro dirige nuestra mirada hacia allí, por lo que después descendemos por el brazo y seguimos la piel en horizontal hasta concluir la lectura.



### III. CONCLUSIONES.

Desde la acertada idea de Alex Steinweiss de crear un soporte que además de proteger los discos sirviese de lienzo, han pasado setenta y cinco años, en los cuales cada vez ha sido más evidente el poder que ejerce la imagen en la sociedad. Las portadas de las carpetas discográficas pasaron a ser uno de los elementos más reconocibles dentro de la cultura audiovisual a nivel mundial.

El ser humano tiende a establecer relaciones entre sus recuerdos y sensaciones, un olor, un color, una canción..., nos evocan imágenes en nuestra mente. Algo similar se ha extendido a nivel cultural a raíz de las asociaciones que hemos establecido con el arte gráfico de las carpetas de los discos y la obra musical que estos contienen, por lo cual, se nos hace difícil no visualizar en nuestra mente la descomposición de la luz a través de un prisma cuando escuchamos un tema del disco *Dark side of the moon*, de Pink Floyd, escuchar *London calling*, de The Clash sin recordar la energía desatada de Paul Simonon estrellando su bajo contra el suelo, tal como captó la instantánea de Pennie Smith.

A lo largo de mis años de formación académica, fui consciente de que los ejemplos presentados sobre este tema siempre recurrían a obras internacionales, lo cual despertó mi interés por conocer nuestro catálogo nacional y descubrir si su valía artística se encontraba al mismo nivel o si por el contrario simplemente estaba siendo ignorada.

Aprovechando la situación en la que la industria musical anunció su abandono de los formatos físicos, coincidiendo con el hecho de que la comunidad académica española ha ido prestando de manera progresiva mayor atención al fenómeno «pop», consideré este como el momento adecuado para realizar una investigación sobre las portadas del pop nacional, en las que poder conocer su evolución y la forma de trabajar de sus diseñadores gráficos.

Entre mis metas estaban no tan solo llevar a cabo un trabajo de investigación, sino también de recopilación y recuperación de materiales que facilitaran futuras investigaciones.

Los primeros pasos para abarcar un tema tan extenso como el centrado en el estudio de las portadas del pop nacional, requerían establecer unas hipótesis que a su vez desembocaron en la necesidad de darles respuesta trazando varias direcciones de

trabajo: conocer en profundidad la bibliografía, compilar un fondo de catálogo con el mayor número de obras posible y establecer contacto con diseñadores gráficos.

El primer problema que se presentó fue en torno a la bibliografía, pues, pese a lo que cabría esperar debido al creciente mercado sobre literatura en torno a la música pop, se hizo evidente una ausencia por lo que respecta a obras que abordaran el tema con rigor académico. Por lo general, la bibliografía disponible es de poca profundidad y suele estar dirigida a un perfil de lector ocasional. Más sangrante si cabe es la situación cuando se consultan libros cuya temática es expresamente las portadas de discos pop nacionales y estos aportan más información sobre el artista que sobre la obra plástica.

Los conocimientos sobre la historia del género en nuestro país los terminé hilvanando gracias a la consulta de diversos libros y documentos que aunque no abordasen el tema de manera directa, sí tocaban temas cercanos con numerosas referencias.

Decepcionante también fue la consulta de los catálogos discográficos puesto que actualmente, las compañías discográficas se han convertido en estructuras departamentales que operan independientemente y no prestan mucha atención a solicitudes externas como las derivadas de esta investigación. Ante este panorama, sin saber si mi propuesta estaba siendo estudiada o directamente había sido rechazada, opté por consultar catálogos *on-line* realizados por aficionados y coleccionistas, así como otro tipo de webs donde se alojan carpetas discográficas para crear mi propio fondo de imágenes.

De esta experiencia deduje que pese a la labor de recuperación que realizan algunos de sus administradores, se descuida enormemente la calidad de las imágenes. Es por ello que una vez realizado nuestro fondo que contiene cerca de mil quinientas imágenes, nos dedicamos a redimensionarlas a un tamaño adecuado, tratando de conservar la mejor calidad de las mismas y dando nombre posteriormente al archivo, incluyendo el nombre del artista, título del álbum y año de publicación.

Estudiado en profundidad dicho catálogo, pude comenzar a reconocer los estilos de diseño marcados por las diferentes compañías discográficas en nuestro país y cómo éstas fueron evolucionando a lo largo de los años. En unos casos con aciertos, como los arriesgados colores de los que hacía uso Belter, que contextualizaban a sus grupos en el movimiento *ye-yé*; en otros con auténticas atrocidades como las cometidas por Fonomusic, cuyos marcos de colores lisos reducían y robaban espacio a verdaderas obras de arte.

Llegado a este punto, en el que podía conjugar mis conocimientos adquiridos gracias a la bibliografía y teniendo delante un extenso catálogo iconográfico, pude comprobar la evolución que las carpetas discográficas del pop nacional tuvieron en nuestro país y, al mismo tiempo, reconocer los momentos clave en los cuales se fueron introduciendo innovaciones.

De tal manera, se puede afirmar que la llegada del pop a nuestro país se produjo bajo unas circunstancias muy diferentes con respecto al resto del mundo, puesto que la dictadura franquista ejerció una severa censura tanto en los aspectos musicales como en sus representaciones estéticas, incluyendo entre estas últimas las portadas discográficas.

A pesar de esta situación de control sobre su trabajo, de los precarios medios a su alcance y de tener que moverse en unos patrones estilísticos muy delimitados, reducidos a una fotografía muy similar a la empleada en las revistas orientadas al público juvenil, la calidad profesional de los diseñadores nacionales situó el listón artístico al mismo nivel que en el resto de Europa.

Posteriormente, y ante la permisividad del régimen en su periodo aperturista de principios de la década de los setenta, los diseñadores gráficos consideraron aquel momento como propicio para experimentar más allá de la fotografía clásica, introduciéndose así el uso de la ilustración o innovadores efectos fotográficos, aunque, tras un breve periodo, se regresó a los patrones genéricos y repetitivos.

Esta situación se alargaría hasta casi finales de la década de los setenta debido a la llegada de la democracia, que permitió una mayor libertad a la hora de poder publicar contenidos, y también por la reconversión en la industria musical española, en la cual se produjo una renovación que conllevó el reconocimiento y potenciación del carácter artístico de las cubiertas de los discos como una parte más del valor total de la obra.

A principios de los ochenta, el momento de creatividad de nuestros diseñadores gráficos fue altamente fructífero, puesto que por primera vez el movimiento pop español se desarrolló al mismo tiempo que en otras partes del mundo, pudiendo hacerse uso tanto de las estéticas que no pudieron emplearse en el pasado como de las innovaciones del momento presente, conjugándolas con las rompedoras tendencias de los jóvenes artistas plásticos que empezaban a mostrar sus obras.

Es a partir de este periodo de reconversión de la industria discográfica española cuando esta prescinde de sus departamentos de diseño gráfico, realizando a partir de entonces encargos puntuales a determinados estudios. Es curioso que siendo de esta

manera, la figura del diseñador gráfico recibiese mayor reconocimiento que en épocas pasadas.

Al igual que para un grupo musical que un reconocido artista accediese a ilustrar uno de sus trabajos musicales constituía un toque de distinción, para muchos diseñadores gráficos poder ilustrar una carpeta discográfica suponía un gran reconocimiento debido a la gran proyección que dicha obra podía alcanzar.

Lamentablemente, solo las carpetas realizadas por estos grandes artistas aparecen firmadas. No así la mayoría, que son anónimas, lo que ha dificultado enormemente nuestra investigación.

Durante la década de los ochenta, el pop español gozó de buena salud; los grupos vivían al amparo de las contrataciones por los ayuntamientos cobrando sustanciosos cachés y las regalías que generaban de sus discos. Las grandes compañías discográficas superaron la crisis y obtuvieron mayores beneficios de los que habían disfrutado hasta el momento, y algunos diseñadores pudieron dedicarse en exclusividad al diseño de carpetas discográficas. Pero en los noventa las cosas estaban llamadas a cambiar. Una nueva generación cambió diferentes gustos musicales, la industria miró hacia los grupos extranjeros y los encargos a los diseñadores se fueron reduciendo progresivamente, situación que llega hasta nuestros días.

El otro frente de mi investigación consistía en entrevistar a los propios diseñadores gráficos de cara a conocer su forma de trabajar y sus opiniones en cuanto a dicho campo. Para ello, elaboré un amplio listado de profesionales, abarcando desde grandes nombres hasta meros aficionados que hubiesen llevado a cabo algún encargo de manera puntual.

En la actualidad, debido a la escasez de trabajo, los diseñadores gráficos no pueden dedicarse a tiempo completo a la ilustración de álbumes discográficos, sino que han de compaginarlo con otro tipo de diseños, o labores en otros campos.

En la mayoría de los casos, confirman algunas de mis hipótesis acerca de su necesidad de comunicación directa con los músicos, así como tener acceso al material musical que van a ilustrar para después plasmar emociones en la obra plástica.

Por el contrario, y pese a lo que suponía al comenzar la investigación, pude concluir que los diseñadores no suelen estar abiertos a la experimentación en diversas técnicas, sino que se especializan en una concreta y juegan con todos los recursos que ésta les ofrece.

Señalan que la precaria situación económica de muchos grupos ha llevado a prescindir de un diseñador gráfico, recurriendo a que los miembros con mayor capacidad creativa, haciendo uso de los programas informáticos de edición caseros, se conviertan en los ilustradores de las carpetas de sus discos. Curiosamente, no consideran a esto intrusismo laboral, más bien un hecho circunstancial que no devalúa su trabajo, sino que incluso sirve para introducir originalidad.

A pesar de la poco esperanzadora situación de la industria musical, los diseñadores se ven poco preocupados por ello una vez asumieron que diseñar carpetas de discos no era un trabajo a tiempo completo como pudo serlo en los años ochenta. Supieron reaccionar, adaptándose a otras ramas del diseño gráfico con las que poder subsistir.

A día de hoy, confían más, tanto a nivel de número como de calidad artística, en los encargos discográficos provenientes de los circuitos minoritarios que los que llegan por parte de las grandes compañías para un mercado generalista. Coinciden de nuevo en señalar cómo estas últimas focalizaron gran parte de su producción en artistas que resultaban rentables a corto plazo, y la forma de presentarlos afectó naturalmente a sus portadas. La masificación de este estilo de «usar y tirar» produjo unos resultados repetitivos y poco impactantes.

Como conclusión final, señalar que a pesar de que la industria discográfica abandone los soportes físicos, esto no supondrá la ruptura de la relación entre el diseño gráfico que se ha venido realizando en los últimos setenta años. El poder que ejerce la imagen en nuestra sociedad es tal, que seguirá existiendo la necesidad de mostrar al artista, por lo que será necesario trasladar la portada discográfica a un marco diferente, el digital, aplicándose en un principio los mismos principios semióticos de los que se ha venido haciendo uso hasta el momento.

#### IV. BIBLIOGRAFÍA.

- ALLEN, BOB (2007). *Rock & pop: la historia completa*. Barcelona: Ma Non Troppo.
- APARICI, R. (1993). *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid: De la Torre.
- BELLON, MANOLO (2007). *El ABC del rock. Todo lo que hay que saber*. Bogotá: Taurus-Santillana.
- BIANCOTTO, JORDI (1997). *La censura en el rock*. Valencia: La máscara.
- BRICOUT, GREGORY; GEUDIN, CHRITOPHE Y GOUARD, RICHARD (2012). *Vinilos. Las mejores portadas de discos de la historia*. Barcelona: Lunweg.
- CEBRÍAN HERREROS, MARIANO (2001). "Aprender a ver y a analizar la información musical". *Comunicar IX/17*: 15-20.
- CRUZ GARCÍA, ROSARIO (2001). "Cómo enseñar arte a través de los medios". *Comunicar IX/17*: 166-169.
- DOMÍNGUEZ, SALVADOR (2004). *Los grupos hispanos 1975-1989*. Madrid: Fundación autor.
- DRÖSSER, CHRISTOPH (2012). *La seducción de la música. Los secretos de nuestro instinto musical*. Madrid: Editorial Ariel.
- EGAN, SEAN (2009). *Los discos del cambio*. Barcelona: Ma Non Troppo.
- FOUCE, HÉCTOR (2006). *El futuro ya está aquí: música pop y cambio cultural*. Madrid: Veleció editores.
- FRAILE PRIETO, TERESA Y RADIGALES, JAUME (2006). "La música en los estudios de Comunicación Audiovisual. Prospecciones y estado de la cuestión". *Trípodos 19*: 99-112.
- FRASCARA, JORGE (2000). "Diseño gráfico y comunicación" Buenos Aires: Infinito.
- FRITH, SIMON (1987). "«Towards an Aesthetic of Popular Music»". En LEPPERT, R. Y MCCLARY, S. *Music and Society*", pp. 133-49. Cambridge: Cambridge University Press.
- FRITH, SIMON (2003). "«Música e identidad»". En *Cuestiones de identidad cultural*", HALL, S. y DU GAY, P. pp. 181-213. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- GÓMEZ RODRÍGUEZ, JOSÉ ANTONIO (2005). "«Lo que no venda, cántelo»". *Algunas reflexiones sobre el papel de la música en la publicidad*". En *La Música en los medios audiovisuales. Algunas aportaciones*". pp. 225-266. Salamanca: Plaza Universitaria Ediciones.
- GRONSTAD, ASBJORN, Y VAGNES, OYVIND (2010). *Converscapin. Discovering album aesthetics*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press.

- GUILLET, CHARLIE (2008). *Historia del rock, el sonido de la ciudad*. Barcelona: Ma Non Troppo.
- HORNIGOS RUIZ, JAIME (2008). *Música y sociedad. Análisis de la cultura musical de la postmodernidad*. Madrid: Fundación autor.
- IRLES, GERARDO (1997). *¡Solo para fans! La música ye-ye y pop español de los 60*. Madrid: Alianza editorial.
- LECHADO GARCÍA, JOSÉ MANUEL (2005). *La movida: una crónica de los 80*. Madrid: Algaba.
- MAGALHAES, MANUEL DE (2012). *Discos españoles-portadas únicas*. Madrid: Editorial Pantera e Iribarne.
- MARGULIS, MARIO (1998). *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Siglo del hombre editores; Departamento de Investigaciones Universidad Central DIUC.
- MOLES, ABRAHAM Y JANISZEKSKI, LUC (1990). *Grafismo Funcional*. Barcelona: Enciclopedia del Diseño. CEAC S.A.
- MOYANO GARCÍA, RICARDO Y RODRÍGUEZ DUQUE, CARLO. (2010). *Burning. Veneno del rock*. Lleida: Milenio.
- ORDOVÁS, JESÚS (2010). *Los discos esenciales del pop español*. Madrid: Lunwerg.
- PALOMARES MORAL, JOSÉ (2004). "Comunicar la música". *Comunicar* XII/23: 13-16.
- PANOFSKY, ERWIN (1999). *La perspectiva como forma simbólica*. Barcelona: Tusquets.
- PARDO, JOSÉ RAMÓN (1997). *La discoteca ideal de la música pop*. Barcelona: Editorial Planeta.
- PARDO, JOSÉ RAMÓN (2005). *Historia del pop español*. Madrid: Rama Lama Music.
- ROSS, ALEX (2012). *Escucha esto*. Barcelona: Editorial Seix Barral.
- SHUKER, ROY (2009). *Rock total: Todo lo que hay que saber del rock*. Barcelona: Robinbook-Ma Non Troppo.
- SUAREZ PÉREZ, DANIEL (2009). *Dibujando pasiones*. Madrid: Cultivalibros.
- TILL, RUPERT (2010). *Pop cult: Religion and popular music*. London: Continuum.
- VALIÑO, XAVIER (2012). *Veneno en dosis camufladas: la censura en los discos de pop-rock durante el franquismo*. Lleida: Editorial Milenio.
- WALKER, JOHN A. (1975). *El arte después del pop*. Barcelona: Labor.

## PÁGINAS WEB

[http://es.wikipedia.org/wiki/Emile\\_Berliner](http://es.wikipedia.org/wiki/Emile_Berliner) (Consultada el 22 de marzo del 2013)

[http://www.coleccionfb.com/berliner\\_el\\_gramofono.htm](http://www.coleccionfb.com/berliner_el_gramofono.htm) (Consultada el 22 de marzo del 2013)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Fon%C3%B3grafo> (Consultada el 22 de marzo del 2013)

<http://www.recording-history.org/HTML/tech.php> (Consultada el 22 de marzo del 2013)

[http://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_sound\\_recording](http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_sound_recording) (Consultada el 22 de marzo del 2013)

<http://www.firstsounds.org/sounds/index.php> (Consultada el 23 de marzo del 2013)

<http://www.soundfountain.org/rem/remcovart.html> (Consultada el 23 de marzo del 2013)

<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=89148959> (Consultada el 23 de marzo del 2013)

[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/613.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/613.pdf) (Consultada el 29 de marzo del 2013)

<http://www.planetamodular.com/?p=141> (Consultada el 29 de marzo del 2013)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Alex\\_Steinweiss](http://en.wikipedia.org/wiki/Alex_Steinweiss) (Consultada el 13 de abril del 2013)

[http://www.alexsteinweiss.com/as\\_index.html](http://www.alexsteinweiss.com/as_index.html) (Consultada el 13 de abril del 2013)

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque2/pag8.html> (Consultada el 20 de abril del 2013)

<http://sangrespanola.wordpress.com/> (Consultada diariamente del 1 al 18 de mayo)

<http://www.coveralia.com/> (Consultada diariamente del 1 al 18 de mayo)

<http://www.caratulas.com/> (Consultada diariamente del 1 al 18 de mayo)

<http://lafonoteca.net/> (Consultada diariamente del 1 al 18 de mayo)



## **V. ANEXOS.**

## V.1. Índice de informantes.

---

1. Arboleya Suárez, David.
2. García Fuentes, Elías
3. González Moreno, Jorge
4. Pérez Suárez, Adolfo
5. García Cordoníe, José Luis
6. Berzosa Peña, Antonio
7. Seijas Cruz, Antonio
8. Baranda Ferrero, Noé
9. Serrano Guzmán, Teodoro
10. Navarro Martínez, Fernando
11. García Fernández, Miguel Ángel
12. Crespo Carrillo, Penélope
13. Martínez Agüera, Víctor

## **V.2. Transcripción de las entrevistas realizadas a los informantes.**

---

### **ENTREVISTA 1**

David Arboleya, joven músico asturiano, que sin una formación académica específica, se ha ido introduciendo en el mundo del diseño de cartelería de conciertos y de carpetas discográficas.

Es un claro ejemplo de cómo las bandas emergentes, con pocos recursos económicos, recurriendo al talento y habilidad con las herramientas de diseño de uno de sus miembros, generan resultados casi profesionales.

---

### **LUGAR**

- Comunidad Autónoma: Principado de Asturias
  - Provincia: Principado de Asturias
  - Concejo/condado: Oviedo
  - Ciudad/Pueblo: Oviedo
  - Fecha: 2013/05/20
  - Hora: 09:45
- 

### **INFORMANTE**

- Apellidos: Arboleya Suárez
  - Nombre: David
  - Apodo o nombre artístico: Arbo
  - Lugar de nacimiento: Oviedo
  - Fecha de nacimiento: 05/12/1983
  - Lugar de residencia: Lugones
  - Edad: 29
  - Domicilio: Federico García Lorca Nº1 2ºG Lugones (Siero)
  - Profesión (1): Técnico de sonido
  - Profesión (2): Músico
-

## FORMACIÓN

**1. Formación académica:**

Técnico Superior de Sonido

**2. Formación complementaria:**

Sin formación específica

## INFLUENCIAS

**3. Influencias artísticas:**

Hipgnosis, Andy Warhol, Frank Olinsky

**4. Influencias musicales:**

Wilco, Ben Harper, Lynyrd Skynyrd, Black Crowes

**5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

*Mellon Collie and the Infinite Sadness* de Smashing Pumpkins, *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* de The Beatles, *Sticky Fingers* de Rolling Stones, de Pink Floyd, *The Velvet Underground & Nico* de The Velvet Underground.

## EXPERIENCIA PREVIA

**6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Carece de ellos

**7. Catálogo de obras discográficas :**

*Come Hell or High Water* de Queen Bitch (imagen Nos 140 y 141)

## CARRERA PROFESIONAL

### ENCARGO

**8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

*Freelance* autodidacta, soy diseñador gráfico por necesidad.

**9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

Para nada, la portada estaba totalmente pensada como tal desde un principio.

**10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Al formar parte de la banda tengo más libertad creativa, aunque, como nunca llueve a gusto de todos, sí que en el proceso de diseño hubo que realizar varios cambios para contentar a todos los implicados.

**11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

Siempre, se podría diseñar la portada más increíble del rock and roll y que el músico solo quiera una foto de su abuela como portada.

**12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

Casi siempre sí, con otras bandas que no han grabado material todavía suelo trabajar por amistad, así que sé lo que quieren y conozco su personalidad

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

Totalmente, por desgracia el mundo de la música hoy en día es mucho más visual que sonoro. Y así nos va.

## **PROCESO CREATIVO**

**14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

Mi estilo todavía lo estoy buscando, aunque podría decirse que en mis trabajos actuales busca una mezcla de elementos Pop Art, algo recargado y barroco.

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

La verdad es que en mi caso es un proceso muy rápido, busco un par de obras de referencia, normalmente ilustraciones antiguas, y sin tener una idea del todo definida me pongo a trabajar. Al ser algo totalmente personal y gratuito, no suelo tener un plazo de entrega muy definido

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

En mi caso, trato de entender el carácter de la banda tanto con su música como con sus personalidades.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Básicamente el collage

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Photoshop, fuentes de libre distribución y fotografías e ilustraciones antiguas libres de derechos.

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Digital, casi siempre PDF o PSD

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Debido a la falta de tiempo y de recursos, al menos de momento sólo trabajo en formato digital.

## **RESULTADOS**

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Normalmente trato de hacer tres trabajos finales, más o menos similares, con algunos cambios de tipografía, de combinaciones de color, etc... De momento ningún descarte ha pasado del correo electrónico al «mundo real»

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

En mi proyecto musical actual, más que una conexión directa de la portada con el resto de diseños, es la marcada identidad estilística de la banda. Al ser yo un miembro de la banda a la par que el diseñador, me resulta mucho más sencillo hallar el nexo entre todos los aspectos gráficos que necesita el proyecto. Creo que no debería de realizarse

ningún cambio drástico en diseño, a no ser que la propia banda haya cambiado su estilismo, tipo de música, etc...

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

### **23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

España sigue teniendo un cierto grado de aislamiento respecto a cómo funcionan las cosas fuera de nuestras fronteras, tanto en la música como en el diseño, si bien es cierto que debido al auge de la autoproducción, cada vez estamos subiendo el listón un peldaño más.

Aunque siendo sincero, a día de hoy no hay muchas propuestas nacionales que siga, ya que suelo mirar más hacia el lado angloparlante del gremio.

### **24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Por supuesto, el único problema es que hoy en día salen una cantidad enorme de discos cada día, lo que hace prácticamente imposible llegar a ese punto de reconocimiento que alcanzaban en los años setenta las portadas de Beatles, Rolling, Pink Floyd (igualmente pasa con la música)

### **25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Hay buenos artistas y, al caer la industria discográfica y no haber mucho dinero de por medio, está empezando a formarse una colaboración directa entre varias disciplinas artísticas. Cada vez veremos trabajos más interesantes.

### **26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

Realmente sólo va a cambiar. Debido a que, sobre todo en este mundo, somos unos nostálgicos pensamos que nada nuevo puede superar a los «clásicos».

Yo imagino una portada en movimiento, una mezcla de vídeo, ilustración, etc...Eso sólo se puede hacer en formato digital. Lo que sí es cierto que el valor añadido de un producto que puedes tocar con tus manos lo hace superior a cualquier cosa vista en una pantalla.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

Pues supongo que sí, ya que un vinilo es el lienzo ideal para el diseño gráfico. Aún así, ese resurgir es insignificante todavía. Suena muy romántico pero no creo que haya muchas bandas nacionales que saquen al mercado tiradas superiores a las mil copias, ya que es caro de editar y no todo el mundo puede reproducirlo en sus casas.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Totalmente, al menos es mi caso. No soy profesional ni pretendo hacerme pasar por ello. He estudiado diseño por mi cuenta y eso limita mis conocimientos. Eso sí, no espero, ni quiero cobrar por ello, que es donde radica el problema del sector. En cualquier foro te ofrecen el diseño de un logotipo por 50 € mientras la mayoría de diseñadores jóvenes no pueden aspirar a un trabajo remunerado que no sea «hacer» páginas web.



---

## **ENTREVISTA 2**

Elías García es un diseñador de larga trayectoria a pesar de no poseer una titulación académica. Dentro de todos los campos que ha abarcado se encuentran algunos trabajos de diseño de portadas discográficas, encargos procedentes de su círculo cercano, como The Amateurs en una época en la que aún no era tan común el uso de herramientas digitales.

---

## **LUGAR**

- Comunidad Autónoma: Principado de Asturias
- Provincia: Principado de Asturias
- Concejo/condado: Oviedo
- Ciudad/Pueblo: Oviedo
- Fecha: 2013/05/21
- Hora: 20:05

---

## **INFORMANTE**

- Apellidos: García Fuentes
  - Nombre: Elías
  - Apodo o nombre artístico: ---
  - Lugar de nacimiento: Oviedo
  - Fecha de nacimiento: 07/03/1964
  - Lugar de residencia: Oviedo
  - Edad: 49
  - Domicilio: C/ Cardenal Cienfuegos
  - Profesión (1): Diseñador gráfico
  - Profesión (2): ---
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

E.G.B., B.U.P., C.O.U.

### **2. Formación complementaria:**

Diversos cursos de formación sobre la materia

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

La pintura de Leonardo, Velázquez y en fotografía Helmut Newton, aunque no pretendo imitar a nadie.

### **4. Influencias musicales:**

No me encasillo, pero sobre todo rock

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

De todo, incluso de lo malo. De lo bueno es tanto y variado que no me da tiempo...

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Pintura, fotografía. Edición de libros, revistas; tipografía; identidad gráfica; envases; ilustración...

### **7. Catálogo de obras discográficas:**

Un LP y single para el grupo The Amateurs (imagen No 142). Son trabajos primerizos y sin digitalizar, se hacían pegando y pintando...Un CD para el coro monjas benedictinas del monasterio San Pelayo, en Oviedo. Son trabajos casuales y de colaboración amistosa, nada más...

## **CARRERA PROFESIONAL**

### **ENCARGO**

- 8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

Diseño de todo y en ninguna discográfica ( <http://www.eliasdg.com> ).

- 9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

No, aunque a veces ocurren accidentes jugosos; ya se sabe «que te pille trabajando», algo bastante habitual desde que me levanto: mirar, disfrutar, calibrar, modificar... Algunos lo llaman «deformación» profesional.

- 10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Hay de todo. Lo que tienen que tener en cuenta del proceso creativo, tanto en su faceta como en otras, es el resultado que nace del instinto. El concepto llega después, bien por el propio creador que le va dando forma y resultado (incluso literatura), o por parte de los «comentadores» del objeto –historiadores, críticos, usuarios... Algo que no debe tener tanta importancia y sí la experiencia vital, que llega sin saber por qué ni por qué camino. Si hay que señalar o explicar antes, mal resultado.

- 11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

Se realizan reuniones, aunque deben ser para profundizar en el producto y la relación con el creador del mismo, no para preguntar cómo lo quiere si no para dar soluciones. Para eso están los profesionales, y sus antecedentes laborales.

- 12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

Claro, necesito saber qué se promociona. Aunque hay quien no lo necesita y hace del diseño una cuestión diferente, personal y autónoma, de intenciones artísticas.

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

Puede influir, pero si el contenido es contundente no hay ese problema. Más aun hoy día con las redes sociales y otras fórmulas del boca a boca.

Además, teniendo en cuenta el tamaño del CD, no permite un desarrollo desahogado del espacio; se tiene que ver más cerca –antes eran carteles- en menos espacio hay que resumir y reducir.

Es el resultado del desarrollo social, del objeto/colección al objeto/consumo.

Por eso mismo, una buena portada puede tener un tirón inicial y crear expectativas de un producto interesante, pero solo eso, inicial.

**PROCESO CREATIVO**

**14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

En todos y en ninguno. Es un proceso de adaptación e introspección al producto. Cuando es bueno e impactante se marca bien el camino; pero cuando es mediocre hay que eliminar esa opinión para meterse en el pellejo crédulo y con empatía. Al fin y al cabo, es una opinión y hay otras muchas...

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

Depende del producto, de lo que aporte por sí mismo, o quien lo encarga. Aunque no está tan compartimentado ni reglado, van de la mano y al unísono. Supongo son los años y experiencia, que hacen que no se hagan propuestas y sí soluciones, o que no haya planificación (ventas es marketing). Lo que hay es una reunión previa donde se preguntan necesidades, intenciones... Y es ahí donde se empieza a dar forma al producto, donde surgen cuestiones y respuestas.

La entrega no forma parte del proceso creativo, se trabaja más o menos desahogado, con más o menos estrés..., nada más.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Creo es algo que sólo se puede responder si se tiene el encargo delante. Pero lo más habitual, incluso honrado, es ceñirse a la obra principal.

La música tiene muchas asociaciones visuales automáticas pero también temporales y ambientales concretas, las que transmiten las canciones y su estilo. Que es al fin y al cabo, la pretensión del autor, representar un entorno por el que se mueve con sus sensaciones y sentimientos.

### **17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Las que necesite para el trabajo en cuestión, no es algo en lo que me cierre, entre trabajo y trabajo puedo descubrir una que aplicar en el futuro. Nunca se sabe si la acabarás empleando, hace años el ordenador nos parecía algo que acabaría con nuestro trabajo y hoy nos es imprescindible.

### **18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Photoshop, Illustrator, InDesign, porque son las herramientas de nuestro presente, pero no descarto nunca recurrir al papel y el lápiz.

### **19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Me muevo más que nada en encargos editoriales, por lo cual trabajo en formato digital, empleando InDesign.

### **20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Citando a Ortega y Gasset «*Ser técnico y sólo técnico es poder serlo todo, y consecuentemente no ser nada determinado.*»

## **RESULTADOS**

### **21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Si los pagan también, pero primero tienen que encargar... y no es el caso. De todas formas es preferible no crear dudas y sí resultados, por lo que un amplio muestrario es contraproducente. Cuando se ofrecen muchas opciones es debido a dudas y no soluciones, algo que no es conveniente trasladar al cliente. Pero ya sabemos cuál es la dinámica general del que encarga y del que ofrece.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Debería ser así, solo son formatos diferentes del mismo contenido. En general, se trata de facilitar al espectador un resultado visual comprensible y no en descifrar diferentes estructuras.

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

Hay de todo, pero un estilo propio puede ser perjudicial para el cliente (músico), sobre todo cuando es más famoso el diseñador: Mariscal por ejemplo. Aunque claro, puede ser una fórmula de promoción cuando el producto es mediocre...

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Se siguen haciendo muy buenos trabajos, y que tengan influencias es algo natural, como la vida misma. Como las influencias que tuvieron hace sesenta y cinco años.

Creo que se le da una importancia excesiva e inapropiada al término «original». La originalidad es en muchos casos, muchos, un truco de la profesión para adecentar el diseño. Por ejemplo, el uso de embalajes que nada tiene que ver con el contenido pero que encarecen el resultado, incluso la fabricación, con lujos, metalizados, troqueles, plegados imposibles, u otras divagaciones. La originalidad visual llega en ocasiones a dar sombra al contenido.

Da igual el formato, la cuestión es siempre la misma, llegar al transeúnte de manera efectiva. Otra cuestión son las habilidades de adaptación a las nuevas herramientas.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

No sé muy bien, no me fijo mucho en el panorama actual. Ni tampoco ahora es un momento donde se arriesgue mucho.

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

Llevan años cuestionando el formato libro y se sigue publicando mucho. Depende del camino que se elija, consumo o devoción por el producto. O las dos fórmulas, ya que dudo que desaparezcan los mitos y sus fans.

Lo que cambiará, o se ampliará, son las maneras de difusión y promoción. Pero la imagen seguirá presente.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

Supongo que sí pero no estoy en ese sector, desgraciadamente.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

En estas cuestiones creativas casi siempre quiere participar el músico, ya que suele tener ideas que quiere exponer, experiencias o ser un «artista total»

Al fin y al cabo es solo una herramienta, ahí están los resultados para ver el acierto o desacierto. Yo también cocino, y bien, pero es para unos pocos...

---

### **ENTREVISTA 3**

Jorge «Peter Kabrales» Moreno, es uno de los rostros más conocidos dentro las bandas emergentes del rock'n'roll vasco. A lo largo de los años ha sabido hacer uso de todas las tecnologías a su alcance para poder grabar discos, publicitar a sus grupos y realizar los diseños gráficos que sus diversas actividades han requerido.

Él mismo reconoce que sus trabajos enfocados al diseño de portadas discográficas poseen una calidad deficiente debido a sus escasos conocimientos en la materia y el manejo de las herramientas necesarias, pero en cambio, reflejan como pocos, la búsqueda de soluciones a la que se enfrentan las bandas del circuito underground.

---

### **LUGAR**

- Comunidad Autónoma: País Vasco
- Provincia: Vizcaya
- Concejo/condado: Gran Bilbao
- Ciudad/Pueblo: Erandio
- Fecha: 2013/05/22
- Hora: 21:04

---

### **INFORMANTE**

- Apellidos: González Moreno
  - Nombre: Jorge
  - Apodo o nombre artístico: Peter Kabrales
  - Lugar de nacimiento: Barakaldo
  - Fecha de nacimiento: 23/06/1982
  - Lugar de residencia: Astrabudua-Erandio
  - Edad: 30
  - Domicilio: Plaza Juanene, 2, 2ºA
  - Profesión (1): Administrativo
  - Profesión (2): Músico
-



## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

Licenciado en Historia

### **2. Formación complementaria:**

Carece de ella

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

Fotoperiodismo, trabajo fotográfico de Armando Gallo

### **4. Influencias musicales:**

Loquillo y Trogloditas, Duncan Dhu, Los Rebeldes, Héroes del Silencio, Pink Floyd, Creedence Clearwater Revival

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

*El patio* (Triana), *Dark Side of the moon* y *Wish you were here* (Pink Floyd), *Iros todos a tomar por culo* (Extremoduro), *Cheap Thrills* (Janis Joplin), *A puerta cerrada* (Fito & Fitipaldis)

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Diseño gráfico de algunos carteles y folletos

### **7. Catálogo de obras discográficas :**

La discografía de Salamandras hasta el momento: *Logro conseguido* (2005), *Carretera desconocida* (2007) (imagen No 143), *Anda suelto el Rock and Roll* (2009) (imagen No 144), *Una noche de concierto* (2012) (imagen No 145.)

## CARRERA PROFESIONAL

### ENCARGO

**8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

Ejercer de *Freelance* para la empresa Publicenti, de vez en cuando y para trabajos puntuales de diseño de discos.

**9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

Tengo libertad absoluta, hasta ahora, en las portadas que he realizado, porque no se suele plantear por parte de la banda, siempre que he trabajado ninguna idea sobre una portada ha sido llevada a cabo por la banda, sino que he diseñado varios modelos y la banda ha elegido el que más les ha gustado.

**10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

No, los diseños de las portadas fueron especialmente para ello. Había que hacer unas portadas para los CDs, y me puse a ello.

Tengo libertad absoluta, hasta ahora, en las portadas que he realizado, porque no se suele plantear por parte de la banda. Siempre que he trabajado, ninguna idea sobre una portada ha sido llevada a cabo por la banda, sino que he diseñado varios modelos y la banda ha elegido el que más les ha gustado.

**11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

No, en la experiencia que yo tengo, el tema de diseño artístico es algo que no se suele plantear nunca, se suele decir, en este caso, a mí, que trabaje sobre una portada que va a llevar un título determinado y a partir de ahí, como he comentado anteriormente, creo varios modelos y el grupo elige el que más le gusta.

**12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

En mi caso no se facilita material musical, aunque normalmente suelo escuchar los temas del grupo al que voy a hacer la portada. Pero más que nada porque suelen ser gente cercana y de grupos que ya conozco antes de diseñar para ellos.

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

No, normalmente para el grupo, desde mi punto de vista, la portada es algo secundario, se suele dar importancia a la grabación en sí, y a las propias canciones, dejando el tema de diseño en un segundo plano. En mi caso, siempre ha sido así.

**PROCESO CREATIVO**

**14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

Casi siempre suelo trabajar a partir de fotografías que hago, ya sea sobre el grupo o sobre algo relacionado con el mismo o con el título que va a llevar el CD. Normalmente la portada suele ser un retoque fotográfico. No soy dibujante, ni pintor en ese sentido.

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

Normalmente no suelo llevar un proceso ni método determinado. Normalmente lo que hago es saber el título que quieren que lleve el disco musical, a partir de ahí hago fotos, una vez hechas, elijo una o dos, las que más me gusten, y empiezo a trabajar sobre ellas retocando. En cuanto a la realización, suelo trabajar con dos programas Photosuite y Photoshop, normalmente hago diferentes retoques. La entrega suelo hacerla en JPG para que el grupo la vea y elija la que más le guste, a veces sobre una portada ya realizada he tenido que hacer algunos cambios en cuanto a estilo de letras o a algunos colores, por ejemplo.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Realmente busco establecer una relación entre la portada y el título del disco o entre la portada y algo de la banda.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Retoque fotográfico

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Como he dicho anteriormente trabajo por ordenador, usando el Photosuite y el Photoshop, más que nada porque son los que mejor sé usar.

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

JPG (en una resolución mínima de 300 dpi, que es la mínima que exigen las fábricas para llevar a cabo las impresiones), principalmente porque se puede ver en casi todos los ordenadores y en diferentes soportes (teléfonos móviles, DVD, etc...) Además a la hora de subirlo a una web creo que es el más adecuado.

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Realmente el único estilo en el que me muevo es la fotografía porque es la única técnica que domino y que me siento capaz de poder hacer una portada.

**RESULTADOS**

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Suelo presentar varios trabajos y es el grupo el que elige. Respecto a los descartes, no suelen servir para nada, ya que con los grupos que he grabado no han sacado singles.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Las veces que yo he trabajado con grupos les he hecho el libreto interior y las portadas, generalmente. Los carteles de los conciertos suelen ir aparte, independientemente de la portada que tenga el CD. Nunca he hecho cartelería promocional.

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

### **23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

En mi opinión y por lo que conozco, las temáticas, estilos y técnicas a la hora de crear las portadas de los discos en España, han ido generalmente a la par de lo que se hacía fuera del país, sobre todo a partir de finales de los setenta.

### **24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

En mi opinión siempre existe la originalidad, en cuanto a que cada vez salen técnicas y formatos nuevos de diseño. Por otra parte, siempre hay gente que diseña portadas que a veces tiene que ver con temas actuales, transgresores y provocadores. Y es que hay veces que las canciones son un reflejo de un contexto social determinado, y eso es reflejado en ciertas portadas. Por consiguiente en cuanto a temas, provocación y transgresión, la originalidad siempre está ahí. Quizás sea en cuanto a la técnica y el método en donde la originalidad esté más estancada.

### **25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

En mi opinión carecen de carácter artístico la mayoría, por lo menos las que yo veo. Aunque estén bien diseñadas gráficamente (producto de los avances tecnológicos en cuanto a diseño) les falta el carácter artístico, pero también creo que en eso tiene que ver las propias bandas, ya que son ellas generalmente las que tienen el poder de decidir sobre la importancia que quieren que tengan sus portadas.

### **26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

No creo que el disco en formato físico desaparezca, en cualquier caso, un grupo necesita de imágenes para vender, no sólo de música. La imagen ayuda a vender el producto, y una buena imagen es mejor en cuanto a que facilita de algún modo la labor, y además da información a veces, del propio grupo.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

En mi caso no, ya que siempre he diseñado para CDs. Desconozco por tanto este tema.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Sí, sin duda, yo me considero un ejemplo de intrusismo laboral, sobre todo en un principio. Yo no había estudiado diseño ni fotografía, lo que se lo he aprendido por mi cuenta, aunque poco a poco pues he ido aprendiendo con programas y en internet principalmente. Y como yo, pues mucha gente, sobre todo por el tema económico.

---

## ENTREVISTA 4

Adolfo Pérez Suárez, pintor autodidacta, ha adquirido gran notoriedad recientemente gracias a una serie de colecciones en las que se muestran retratos dinámicos o paisajes urbanos «borrachos» como algunos admiradores los definen.

Su primer y único encargo hasta la fecha para ilustrar una carpeta discográfica ha venido de la mano del músico Nacho Vegas, que vió adecuado para vestir sus canciones uno de esos paisajes urbanos tan cotidianos como oníricos.

---

## LUGAR

- Comunidad Autónoma: ---
- Provincia: Alsacia
- Concejo/condado: Estrasburgo
- Ciudad/Pueblo: Estrasburgo
- Fecha: 2013/05/27
- Hora: 9:37
- Observaciones: Entrevista realizada por videoconferencia, ante la imposibilidad de desplazamiento.

---

## INFORMANTE

- Apellidos: Pérez Suárez
  - Nombre: Adolfo
  - Apodo o nombre artístico: Adolfo P. Suárez
  - Lugar de nacimiento: Gijón
  - Fecha de nacimiento: 03/04/1976
  - Lugar de residencia: Beleño
  - Edad: 37
  - Domicilio: S/N, Ponga, Asturias, España
  - Profesión (1): Pintor
  - Profesión (2): ---
-

## **FORMACIÓN**

**1. Formación académica:**

E.G.B.

**2. Formación complementaria:**

Carece de ella.

## **INFLUENCIAS**

**3. Influencias artísticas:**

Ninguna

**4. Influencias musicales:**

Música Indie española y francesa

**5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Ninguna

## **EXPERIENCIA PREVIA**

**6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Solo relacionados con la pintura. Diversas colecciones personales y encargos particulares.

**7. Catálogo de obras discográficas:**

*La noche sucia* de Nacho Vegas (imágenes Nos 146 y 147).

## **CARRERA PROFESIONAL**

### **ENCARGO**

**8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

*Freelance*, siempre me ha gustado trabajar en solitario, es la primera portada que he realizado.



**9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

Nacho Vegas se puso en contacto conmigo y la carátula está inspirada en la música que me pasó antes de editar, por supuesto.

**10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Nacho me dió libertad absoluta.

**11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

La verdad no lo sé, es la única que he hecho, pero he estado siempre en contacto con Nacho para mostrarle cómo iba desarrollándose la pintura.

**12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

Sí, creo que es imprescindible conocer la música que vas a tratar de reflejar en una pintura.

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

No creo, la verdad.

## **PROCESO CREATIVO**

**14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

Figuración

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

Trabajo con absoluta libertad, no preparo ni siquiera bocetos.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

No, no se trata de que sea fiel a mi estilo, siempre hago lo que me gusta y en este caso fue un placer trabajar para la música de Nacho que siempre he seguido y admirado.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Acrílico y óleo sobre lienzo, antes realizaba unos cartones cortados con cúter a los que les incluía ventanas de plástico, balcones con alambres y luces, cosas así.

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Muy pocas, solo lo básico. Actualmente, los cinco colores básicos y dos pinceles, no necesito más.

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Lienzo, estaba cansado de los cartones, pero el estilo es el mismo.

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Antes, como he dicho, trabajaba con muchos materiales para los cartones, actualmente solo óleo y acrílico sobre tela y paisajes urbanos, de vez en cuando hago retratos o algún paisaje en tinta y acuarela sobre papel.

**RESULTADOS**

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Una sola obra en este caso, estaba abierto a hacer varios, pero Nacho me dijo que con una obra bastaba. Primero hice el single, luego el LP y finalmente el EP, es un tríptico en distintos tamaños.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

En mi caso no, pero Nacho decidió hacer una lona de de 8 x 9 m. con la pintura del LP impresa para el escenario de los conciertos.

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

Yo creo que ha ido variando, más que nada en los soportes, materiales, no solo en el diseño.

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Creo que sí, cada músico tiene sus gustos y elige a la persona que le gustaría para realizar su trabajo. En las grandes compañías no tengo ni idea.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Hay mucha variedad, los músicos se esfuerzan más en ser más creativos en todo el proceso de edición de un disco, hay portadas magníficas.

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

Creo que ahora un disco es más un objeto «fetiché» que la música en sí misma, por lo que creo que seguirán existiendo.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

En mi caso, no he vuelto a recibir encargos

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Creo que no, cada uno es libre de hacer lo que quiera utilizando todas las herramientas que desee.

---

## ENTREVISTA 5

José G. Cardonié es el claro ejemplo de cómo cada vez más frecuentemente las bandas escogen a un diseñador que pese a sus limitaciones técnicas, se puede mantener con él una comunicación abierta.

Cardonié es un hombre de una vasta cultura pop, muy habituado a relacionarse con músicos en su entorno más cercano, lo que produce que pese a no tener grandes conocimientos de diseño, no sea visto como un «agente extraño» dentro de dicho círculo.

---

## LUGAR

- Comunidad Autónoma: Madrid
- Provincia: Madrid
- Concejo/condado: ---
- Ciudad/Pueblo: Madrid
- Fecha: 2013/06/01
- Hora: 11:00

---

## INFORMANTE

- Apellidos: García Cordonié
  - Nombre: José Luis
  - Apodo o nombre artístico: José G. Cardonié
  - Lugar de nacimiento: La Coruña
  - Fecha de nacimiento: 10/01/1967
  - Lugar de residencia: Madrid
  - Edad: 46
  - Domicilio: No accede a facilitarlo.
  - Profesión (1): Jefe de ventas corporativas y vehículos de ocasión en Porsche Ibérica S. A.
  - Profesión (2): Escritor e ilustrador
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid

### **2. Formación complementaria:**

Diversos cursos relacionados con la gestión de empresas, comercialización y distribución en el sector del automóvil.

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

Literatura: generación beat, Faulkner y Bukowski, Kafka, Lovecraft, Poe, poesía de los malditos (Rimbaud, Mallarmé, Verlain, etc.), David Foster Wallace y Richard Ford.

Dibujo: cómic underground americano Robert Crumb, Lutes, Spiegelman, Pekar, Max, Miguel Anxo Prado, Valenzuela, y Fernandes.

### **4. Influencias musicales:**

Rolling, Beatles, Kinks, Rock&Roll 50's, Pink Floyd, Led Zeppelin, Rock 70's, The Clash, Ramones, Pixies y Jesus and Mary Chain

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Pink Floyd, Zeppelin (por impacto y mensaje), Yes, Robert Crumb, Green day, Pixies, Pearl Jam o Nirvana. Cita a *In the court of the Crimson King* de King Crimsom y *London Calling* de The Clash, como dos obras de referencia.

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Escritor de relatos y poesía. Diversas antologías de relatos *Nueva York y los mejores terrores en relatos*, *Demasiado viejo para el rock&roll*, *Demasiado joven para morir* y 2009. Diversas obras colectivas.

### **7. Catálogo de obras discográficas :**

*Polvo de Estrellas* de Scopitones (imagen No 148), tanto la portada como un mini-cómic en el interior.

## CARRERA PROFESIONAL

### ENCARGO

- 8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

*Freelance*, soy aún nuevo en este campo.

- 9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

Se puede decir que accidental, me encargaron el mini-cómic interior del disco y posteriormente decidieron pedirme también la portada.

- 10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

En este caso fue libertad absoluta, ya que se trata de un disco instrumental. No hay letras de canciones ni un tema en sí en el que me pudiera basar. Lo único que me pidieron es que fuera una historia de chico encuentra chica.

- 11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

En este disco todo se hizo por mail y por teléfono. Pero sí hubo bastante contacto.

- 12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

Me facilitaron la maqueta para que conociera el tipo de música.

- 13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

Estoy seguro de ello. Una buena portada te llama la atención y te hace coger el disco en tus manos. Que luego lo compres o no es una decisión que se toma en base a otros motivos claro, pero te hace al menos echarle un vistazo. De la misma forma, creo, una mala portada hace que el disco pase desapercibido.

## **PROCESO CREATIVO**

### **14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

Repito que sólo he hecho esta portada. Pero mi dibujo es tipo cómic underground.

### **15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

La planificación es fundamental. Pero creo que la primera cuestión es tener la inspiración, y luego en base a esto planificas cómo hacerlo, cómo desarrollarlo, qué técnica emplear. La fecha de entrega es clave, porque dependiendo de ella tienes más tiempo o menos para ensayar, bocetar, definir...

### **16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Traté de que el cómic interior estuviera en línea con el tipo de grupo y sus gustos, y que encajara con las canciones, por supuesto.

### **17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Empleo muchas técnicas. Desde la tinta, sin más, a rotuladores, acuarela, gouache, o, técnicas mixtas, incluyendo montajes y fondos hechos con el ordenador.

### **18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Lo mínimo. Papel de alto gramaje, acuarela, tinta, guache, lápices de colores, rotuladores... Y ordenador (Photoshop y otros).

### **19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Parto del físico, en todo caso luego lo traspaso a formato digital.

### **20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Principalmente dibujo, como he dicho, con tinta, acuarela y guache. Aunque me gusta también hacer ilustraciones y modificaciones a través de fotografías hechas por mí. Esto lo hago mucho para las portadas de algunos de mis libros, o de post que dejo en mi blog (La Hermética Furibunda). Siempre experimento. Y que no falte esa posibilidad de abrir nuevos conceptos, nuevas técnicas.

## **RESULTADOS**

### **21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

En este caso, mandé dos viñetas de muestra para ver si encajaba en lo que ellos esperaban, tanto en el tipo de dibujo como en el color (acuarela) y los textos, de tipo poético. Una vez que me dieron el visto bueno, les mandé el borrador final y sobre él fuimos haciendo algunos de los cambios.

En el caso de la portada, el tipo de letra y el color del fondo nos llevaron a hacer cinco ó seis versiones.

### **22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

En este caso la portada salió tras quedar satisfechos con el interior. Y ahora es posible que vuelva a trabajar con ellos en breve.

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

### **23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

Yo creo que vamos por rachas. Y creo que es más o menos pareja al resto. Hoy en día hay muchas portadas de grupos españoles indie que son prácticamente iguales: un paisaje de fondo, modificando los colores o no, bien fotografía o bien ilustración, y el nombre de la banda. Todo tiene su moda.

### **24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Creo que sí, pero escasa. Todavía se realizan muchas buenas portadas, y algunas de ellas siguen siendo impactantes. Si impactan es que, de un modo u otro, son originales.



**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Quizá lo que acabo de decir. Parece que hay una tendencia que todos siguen. Como si alguien dijera, si este es el tipo de música que haces, este es el tipo de portada que tu disco debe tener. No sé...

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

Creo que aún nos espera una revolución en cuanto a los formatos. Y no estoy seguro de cómo será. Lo que tengo claro es que habrá mucha información que irá acompañada de proyectos gráficos que acompañarán a la música.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

En mi caso esta pregunta no viene al caso. Soy nuevo en este campo y la situación no hace posible darse a conocer como en tiempos pasados.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Puede ser. Quizá incluso sea mi caso.

---

## ENTREVISTA 6

Toni Marmota, de nombre real Antonio Berzosa, es uno de los bajistas más conocidos de la *Movida Madrileña* al formar parte del grupo La Frontera desde su formación en 1985. Menos conocida es su labor como productor musical, ilustrador, o diseñador de portadas discográficas.

Debido a su dilatada carrera, ha vivido en primera persona los momentos más álgidos y los más bajos de la industria musical nacional.

---

## LUGAR

- Comunidad Autónoma: Madrid
- Provincia: Madrid
- Concejo/condado:
- Ciudad/Pueblo: Valdemorillo
- Fecha: 2013/06/3
- Hora: 15:54

---

## INFORMANTE

- Apellidos: Berzosa Peña
  - Nombre: Antonio
  - Apodo o nombre artístico: Toni Marmota
  - Lugar de nacimiento: Aranda de Duero
  - Fecha de nacimiento: 11/06/1963
  - Lugar de residencia: Valdemorillo
  - Edad: 49
  - Domicilio: Granado y Naranjo
  - Profesión (1): Músico
  - Profesión (2): Ilustrador
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

Licenciado en Ciencias de la comunicación

### **2. Formación complementaria:**

Diversos cursos relacionados con audiovisuales.

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

Cómic Underground, Expresionismo...

### **4. Influencias musicales:**

Punk de los años setenta y power-pop.

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Muchas y muy variadas, tantas que seguramente me dejaría alguna en el tintero que me resultaría imperdonable, digamos, que cualquiera de los géneros antes nombrados.

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Trabajos en otras disciplinas artísticas Dirijo series de dibujos animados, fotógrafo, profesor de sonido en institutos de F.P.

### **7. Catálogo de obras discográficas:**

Con la Frontera *Tren de medianoche* (imagen No 149), *No soy de aquí* (single), Los Vengadores *El regreso de tus superhéroes* (imagen No 150) , The Flystones *The Flystones* (imagen No 151). Así como diseño de videoclips para Lou Garx y los Flystones.

## CARRERA PROFESIONAL

### ENCARGO

- 8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

No actualmente, pues ya no se producen discos.

- 9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

No, siempre creo para el encargo.

- 10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Se me presentan conceptos pero tengo libertad absoluta en el trabajo final.

- 11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

Si, ellos me cuentan su idea y yo apporto mi estilo personal.

- 12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

En general sí, pero ya sabes, la gente no siempre es puntual a la hora de entregarte las cosas.

- 13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

Hoy en día no, antes si es cierto que tenía más importancia.

### PROCESO CREATIVO

- 14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

Ilustración, la caricatura cercana a la tradicional del dibujo animado.

- 15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

Pienso en lo que quiere el grupo y realizo varios bocetos, luego el grupo decide y termino el trabajo.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Intento buscar una relación en la mayoría de los casos.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

De todo tipo, pero generalmente hago trabajos infográficos, aunque también uso grabados y métodos de ilustración tradicionales.

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

La verdad es que a día de hoy solo hago uso del ordenador, quizá algún boceto en papel para descansar la vista.

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Muy diverso, depende de lo que vaya a diseñar, pero generalmente trabajo en Flash (que es con lo que hago pelis de animación) e Illustrator.

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Sí, me gusta experimentar, pero al final todo acaba dentro del ordenador.

## **RESULTADOS**

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Hoy en día no se imprimen singles. En la mayoría de los casos, los descartes van a la basura. Todo ha cambiado, es triste, pero es así.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Eso en cambio sigue siendo lo habitual, pero siempre depende de la decisión que tome la compañía que te haga el encargo.

## REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

Creo que hay muy variadas tendencias conviviendo al mismo tiempo, al igual que ocurre con los estilos musicales

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Más en el concepto que en la realización. Las ideas son originales, pero la forma de llevarlas a cabo suele pasar por los mismos procesos informáticos, lo cual suele causar que en algunos casos, el público reconozca similitudes.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Me parece todo muy estándar, no solo en los diseños gráficos de portada, sino en los productos musicales que crea la industria, ¿Cómo van a haber diferentes portadas si los grupos son iguales unos que otros?

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

La imagen de la banda puede ir en cualquier tipo de soporte, es indiferente. El problema es la música y ganarse la vida con ella.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

No, de hecho cada vez salen menos discos al mercado. Parecía que el coleccionismo demandaba el vinilo, pero también eso se ha quedado en una ilusión.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Es posible, pero lo importante es el resultado, aunque la mona se vista de seda...

---

## ENTREVISTA 7

Antonio Freijas es sin lugar a dudas, el diseñador gráfico español, cuyo trabajo de diseño gráfico aplicado a portadas discográficas tiene la mayor proyección internacional en la actualidad.

Debido a que la industria musical nacional cada vez presta menos atención a cuidar aspectos de diseño gráfico, no es de extrañar que el catálogo de Antonio Freijas se limite a unos pocos encargos nacionales frente a un cada vez mayor número de encargos provenientes de otros países.

---

## LUGAR

- Comunidad Autónoma: Galicia
- Provincia: A Coruña
- Concejo/condado: Ares
- Ciudad/Pueblo: Ares
- Fecha: 2013/06/05
- Hora: 12:00
- Observaciones: Entrevista realizada por videoconferencia, ante la imposibilidad de desplazamiento.

---

## INFORMANTE

- Apellidos: Seijas Cruz
  - Nombre: Antonio
  - Apodo o nombre artístico: Antonio Seijas
  - Lugar de nacimiento: Ares (A Coruña)
  - Fecha de nacimiento: 19/07/1976
  - Lugar de residencia: Ares
  - Edad: 36
  - Domicilio: Rúa Os Anxos, 99, 3º esq 15624 Ares
  - Profesión (1): Ilustrador
  - Profesión (2):----
-

## FORMACIÓN

### **1. Formación académica:**

Licenciado en historia del arte.

### **2. Formación complementaria:**

---

## INFLUENCIAS

### **3. Influencias artísticas:**

No tengo muy claro lo de las influencias, no tengo especial predilección por ningún artista. Ante todo soy persona, no me veo como «artista», no puedo separar lo que me influye como persona de lo que me pueda influir a la hora de ilustrar. Seguramente me influye más la luz de mi entorno, el paisaje, etc. que algún artista en concreto. Todo lo que me rodea es susceptible de quedar inconscientemente reflejado de algún modo en mi trabajo.

### **4. Influencias musicales:**

Algo de rock progresivo, pero no soy muy aficionado a la música.

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas No soy un gran aficionado a la música en general, me gustan cosas muy concretas y las escucho en momentos muy determinados. No conozco apenas discos ni portadas. No tengo excesiva curiosidad por ellas.

## EXPERIENCIA PREVIA

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Portadas de libros, libro infantil, cómic...

### **7. Catálogo de obras discográficas:**

Sabor García *Cuatro canciones de amor y esperanza* (imagen No 152), disco benéfico *Canción para un niño en la calle* (imagen No 153). Otros trabajos realizados a bandas internacionales tales como Steve Merlin *Between air and wing*, Harvest *Chasing time* o los artworks para Nine Stone Close *One eye in the*



*sunrise* (solo el art work), Marillion *Sounds that can't be made: «gaza»* (solo el art work), y para Gazpacho *March of ghosts*

## **CARRERA PROFESIONAL**

### **ENCARGO**

**8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

Siempre como *freelance*.

**9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

No, suelo crearlas de manera específica para cada disco, nunca uso cosas creadas para otro fin. Tengo que sentir la esencia de lo que tengo que ilustrar, partir de cero para plasmar esa música lo mejor posible. Es difícil que la esencia de esa música pueda estar representada en algo previo sin relación ninguna. Aunque tampoco descarto que un día suceda.

**10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

En general, los grupos no se suelen involucrar demasiado en lo que es el desarrollo del artwork, una vez que te dicen más o menos lo que quieren o lo que buscan.

Yo con lo que más me he encontrado es con la libertad creativa, sin restricciones. Hay bandas que no tienen ni idea de lo que quieren, en el sentido de que no tienen una imagen predeterminada de cómo quieren que sea la portada, etc. Sin embargo hay otras que vienen con una imagen concreta de lo que quieren, te describen con pelos y señales lo que desean ver en la portada, cortando de raíz cualquier libertad creativa. En ambos casos se pueden dividir los clientes entre los que aceptan lo que les muestras y los que al final no saben lo que quieren, pero sí parecen saber lo que no quieren, y llegan a corregir detalles a veces insignificantes.

En general, nunca he tenido problema con ninguno, quitando los casos de puntillismo extremo que acabo de mencionar. Pero tampoco llega a ser un problema porque al final el cliente es el que manda.

Te pongo dos ejemplos: Marillion, con más de 13 millones de discos vendidos en su carrera, y siempre con diseñadores de prestigio, como Mark Wilkinson y Carl Glover, etc y a pesar de la magnitud de su encargo (hice más de 200 imágenes para la edición *deluxe* de su disco *Happiness is the Road*, seguramente han sido la banda más respetuosa, receptiva, cariñosa y abierta a todo lo que les he hecho. Me dieron total libertad creativa, nunca pusieron ni un pero a ninguna de las más de doscientas imágenes que les envié. Me consultaban mi opinión, y me apoyaron durante la creación del artwork en todos los sentidos. Libertad total para hacer lo que yo quisiese.

La banda de art rock noruega Gazpacho: uno de los integrantes de la banda es el que se encarga de hablar conmigo en todo a lo que concierne a la parte del artwork. En este caso, ambos cambiamos impresiones sobre el aspecto y la imagen visual que se le puede dar al disco, lo vamos hablando a medida que escucho lo que van haciendo y les envío mis primeras ideas. Normalmente en poco tiempo, nos conocemos bien, tenemos una idea concisa de la apariencia que va a tener el artwork. En este caso tampoco habría restricciones, de nuevo tengo libertad creativa, consensuada entre ambos, pero al fin y al cabo libertad, porque tampoco entran a examinar las imágenes una por una. Aunque hay un seguimiento más cercano en el sentido de que sus álbumes, principalmente los últimos son como una historia que se desarrolla a lo largo del disco, como una película a la que yo le pongo imágenes, y lo vamos hablando más.

En estos ejemplos puedes ver lo que es lo más usual, grupos que implicándose en mayor o menor medida, dejan trabajar cómodamente al diseñador. Además en estos casos la relación que tengo con los dos grupos es de amistad, fuera de lo que ya es el trabajo.

### **11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

En el caso de Marillion me invitaron a su estudio en Aylesbury, pero en el resto de casos normalmente por e-mail se arregla todo lo necesario.

### **12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

A mí me gusta que me envíen letras y las demos de las canciones. Escucharlas me ayuda mucho a saber el estilo y los colores que necesito usar. No siempre se puede tener el material, pero lo intento conseguir.

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

No lo llego a pensar, sólo trato de plasmar la música en imágenes. Supongo que una portada buena puede ayudar a vender algún disco más, pero de ahí a que el disco triunfe o fracase... No creo que eso pueda llegar a ocurrir, por lo menos en un número significativo de casos.

**PROCESO CREATIVO**

**14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

No sabría que decirte, no soy consciente de hacer mis trabajos en un estilo determinado, supongo que tienen algo de surrealismo, pero creo que le doy mucha importancia al uso del color y sobre todo de la luz.

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

En cuanto recibo el encargo y el cliente me da todos los datos que puede, título del disco, títulos de canciones, letras, demos... también le pido que me cuente la idea que hay detrás del disco, si hay algo que quieran contar de manera global, etc. Con todo eso voy formando alguna imagen en la cabeza y trato de plasmarla. Cuando tengo una o varias imágenes avanzadas las envío al cliente para ver si están de acuerdo con el estilo o la dirección que quiero darle. Dependiendo de su respuesta sigo con lo mismo o cambio de propuesta. Una vez decidido el estilo ya es más sencillo y una vez que todas las imágenes son aceptadas se envían en alta resolución.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Siempre busco una relación, hasta que no recibo toda la información y a veces escucho la música no tengo ni idea de que voy a hacer.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Las que siento que requiere cada trabajo, pintura, fotografía, collage, escultura...

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Principalmente el ordenador y la tableta gráfica.

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Suelo trabajar en el portátil, todo el proceso final o a veces el proceso entero es el ordenador. En cuanto a programas uso el Corel Photo-paint.

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Creo que la experimentación es una de las bases de mi trabajo, no me gustaría tener éxito con alguna de mis imágenes y repetir ese estilo en busca de una aprobación continua. Cada trabajo requiere un enfoque diferente, no es lo mismo un disco que un libro, cada disco es diferente, etc. Me parece que si no estoy abierto a la experimentación no tiene sentido lo que hago. Esto crea un cierto miedo ante cada encargo porque no sé realmente como lo voy a encarar y no sé si sabré captar y plasmar su esencia, pero no quiero encerrarme en un estilo. Normalmente trabajo en el ordenador con pintura digital digamos, que me permite prácticamente dar pinceladas de oleo o acrílico, pero sobre todo me facilita todo lo que es el proceso de entrega sin tener que recurrir a servicios profesionales para que escaneen o fotografíen un acrílico sobre lienzo, por ejemplo. Juego con los estilos combinando pintura digital, fotografía que yo mismo hago, e incluso para un disco hice pequeñas figuras con pasta de modelar, con un proyector, después de crear texturas en el ordenador, se las proyectaba encima, sacaba una fotografía de la escena y la volvía a trabajar en el ordenador. También he creado pequeños escenarios para otros trabajos. Para un libro del cuento de *La casita de chocolate* llegué a hacer una casa real con bizcochos, tejado de chocolate, puertas y ventanas de regaliz...para después fotografíarla y trabajar con ella.

Con esto quiero decir que todo sirve para poder plasmar las ideas, lo importante es eso, la idea, no el medio con el que se realiza. Me parece que lo adecuado es estar abierto a todo.

**RESULTADOS**

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Se suelen presentar una serie de imágenes para todo el libreto a no ser que sólo quieran una portada. Los descartes directamente no se usan, del material entregado se escoge lo más adecuado para portada, interior, etc.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Yo por lo menos intento que así sea, al final todo responde al mismo concepto, la idea del disco tiene que estar presente en el resto de derivados.

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

Supongo que hoy en día, con todas las redes sociales y la presencia de internet y todos los medios de comunicación que también están presentes en ella es muy difícil evitar que todo se «contagie». En cuanto triunfa un estilo salen imitadores por todos lados y en poco tiempo ves un montón de carteles, anuncios en la tele, revistas, periódicos, etc. con el mismo estilo. Y esto se refleja en los trabajos para discos. Es algo mundial en la medida en que esto es posible. Así que supongo que aquí no será una excepción.

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Creo que en el mismo nivel que puede haber originalidad en la música. La música comercial no tiene ningún tipo de originalidad, pero hay músicas que sí que buscan y experimentan buscando cosas nuevas. En las portadas es lo mismo, si se quiere experimentar siempre se puede conseguir originalidad de cierto modo.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

No sigo la música española y lo poco que he visto me parece que se limitan muchas veces a vender la imagen de la cara del artista y poco más, lo que publicitariamente seguramente les resulta interesante, pero artísticamente suele ser pobre. Pero hablo desde el desconocimiento, así que puede que haya también grandes trabajos.

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

No sé exactamente como está la situación, pero creo que el creciente uso de formatos no físicos también está acompañado por ediciones físicas más cuidadas, ediciones especiales o de coleccionista. La imagen es un buen medio para vender la música también, no creo que desaparezca la creación visual relacionada con la música.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

No, normalmente lo que se hace para el CD es lo que se usa en el vinilo.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Sin duda, desde que la gente tiene cámara en el móvil y sobre todo con esas aplicaciones de fotografía (no sé si es el nombre correcto, no tengo ese tipo de teléfonos) todo el mundo se cree fotógrafo, y de los buenos. Yo creo que la fotografía, el arte en general tiene que ser algo más que una imagen bonita, que hoy más que nunca puede conseguir cualquiera, y cuando digo cualquiera me refiero hasta a un niño al que le enseñen a presionar un botón. Un trabajo artístico tiene que tener alma y se consigue poniendo la tuya en lo que haces. A ver cómo se le explica a la gente que porque hagas una foto bonita no significa que seas un buen fotógrafo.

---

## **ENTREVISTA 8**

Noé Baranda es un diseñador gráfico profesional, especializado en fotografía, que una vez concluidos sus estudios fue poco a poco haciéndose un nombre en Asturias. Pronto por su estudio comenzaron a desfilar músicos de renombre en Asturias, que hicieron correr la voz y pronto empezó a recibir encargos para ilustrar portadas discográficas.

Las obras de Baranda se hacen populares por su capacidad para obtener impactantes retratos, así como por sus misteriosas tomas retratando momentos surrealistas de nuestro mundo cotidiano.

---

## **LUGAR**

- Comunidad Autónoma: Asturias
- Provincia: Asturias
- Concejo/condado: Villaviciosa
- Ciudad/Pueblo: Camoca
- Fecha: 2013/06/08
- Hora: 19:17

---

## **INFORMANTE**

- Apellidos: Baranda Ferrero
  - Nombre: Noé
  - Apodo o nombre artístico: Noé Baranda
  - Lugar de nacimiento: Gijón
  - Fecha de nacimiento: 14 de marzo 1978
  - Lugar de residencia: Camoca, Villaviciosa
  - Edad: 35
  - Domicilio: Camoca. 33312 Villaviciosa Asturias
  - Profesión (1): Fotógrafo publicitario
  - Profesión (2): Artista
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

Técnico Superior en fotografía artística y diseño por la Escuela de Artes y Oficios de Oviedo. Asturias.

### **2. Formación complementaria:**

---

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

Creo que para cualquier persona que se dedique a una actividad artística todas las demás disciplinas son importantes y un alimento constante que ayuda en el trabajo personal. Me gustan muchos fotógrafos: Man Ray, Diane Arbus, Gregory Crewson, Jeff Wall, Nan Goldin, Paul Graham, Alec Soth, Alberto García Alix, Gonzalo Juanes...También son para mí una referencia pintores como: Caspar David Friedrich, Edward Hopper, René Magritte, Goya, Velázquez, los pintores flamencos o los simbolistas. En literatura podría destacar: Herman Hesse, Alessandro Baricco, Italo Calvino, Ángel González, Roger Wolfe, Jack Kerouak...En cine, algunos directores que me han alimentado: David Lynch, Lars von Trier, los hermanos Cohen, Tarantino, Víctor Erice, Julio Médem, Iván Zulueta...

### **4. Influencias musicales:**

No sabría destacar ninguna influencia musical en concreto. Escucho mucha música, prácticamente de todos los estilos. Mis gustos van evolucionando y crecen conmigo. Lo que sí puedo asegurar es que la música es fundamental en mi trabajo.

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

En general me gustan muchas portadas de discos de los sesenta y setenta. Creo que en esa época se cuidaba mucho el diseño y había mucha calidad. A nivel internacional: cualquiera de las portadas del diseñador Storm Thorgerson para Pink Floyd (*Atom Heart Mother*, *Wish You Were Here*, *A Momentary Lapse Of*



*Reason...*). O las de The Beatles *Abbey Road* (1969), *Sgt. Pepper Lonely Heart's Club Band* (1967), *With the Beatles* (1963).

La fotografía de Gregory Crewdson para la portada del álbum *And Then Nothing Turned Itself Inside Out* de Yo la Tengo.

De España algunas portadas que me gustan: Pau Riba *Dioptría* (1970), Las Grecas *Gipsy rock* (1974), Alfredo Carrión *Los Andares del Alquimista* (1976), Jaume Sisa *Orgia* (1971) o Veneno Veneno (1977). Ésta última sobre todo por la polémica censura y por lo que significó en su momento. Del diseñador Javier Aramburu me gustan muchas... *Una semana en el motor de un autobús* de Los planetas. *Satélite 99* de Ana D. *Monólogo Interior*, *Pío pío* y *Honey* de Single. Un fotógrafo que realiza portadas interesantes es Jerónimo Álvarez, como alguna de las que hizo para su primo Javier Álvarez basadas en retratos tan simples como sugerentes. *Javier Álvarez* (1994); *Dos* (1996); *Tres* (1999); *Grandes Éxitos* (2001).

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

He realizado exposiciones individuales como *Usos y formas*, en Laboral Centro de Arte. Gijón (2012). *Un metro cuadrado de tristeza*. Galería Adriana Suárez. Gijón (2011). *Casa de Fieras*. Galería Mediadvanced. Gijón (2009), *Carelia*. *Aquí el otoño no dura tanto*. Sala Borrón. Oviedo (2007), *Entre las flores*. Itinerante (2006), *Los Hombres Huecos*. Sala Astragal. Gijón (2005), *Soledades Habitadas*. CMAE. Avilés (2004), *Standby*. C.C. El Foro. Pozuelo de Alarcón (2002).

Y colectivas entre otras: *El Arco Atlántico*. Museo Barjola, Gijón (2012). *XIV Certamen Arte Joven Latina*. Sala Itinerante. Madrid (2010). *Proyecto Lazos Verdes* Universidad de Ciudad Juárez. México. *¿Qué arte? Discursos sin fronteras*. Edificio Histórico Universidad de Oviedo (2008). *...si os asustan los lápices sin punta...* Museo Barjola. Gijón. (2007). Por último comentar que he participado en ferias de arte internacionales como *Just Madrid* (2012).

## **7. Catálogo de obras discográficas :**

Para Melange *Melange* (2010) (imagen No 154), Doctor Explosion *Hablaban con frases hechas* (2001) (imagen No 155), Senogul *Senogul* (2007) (imagen No 156) y *Senogul III* (2001) (imagen No 157).

## **CARRERA PROFESIONAL**

### **ENCARGO**

#### **8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

*Freelance*

#### **9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

Para Doctor Explosión realizamos una sesión con este fin. En el caso del grupo Senogul ambas portadas fueron extraídas de fotografías de mi archivo. La portada para Melange también.

#### **10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Siempre se presenta un concepto. El músico tiene una idea clara de lo que quiere expresar y juntos buscamos una imagen que represente el concepto musical que encierra el disco.

#### **11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

Sí. Todas las portadas de discos empiezan por una buena conversación.

#### **12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

Sí. Es muy importante conocer a fondo el disco para que las imágenes propuestas se acerquen lo más posible a la idea que desarrolla el músico.

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

Sí, muchos grandes discos tienen una gran portada. Pero no siempre es así. A veces aunque la portada no diga nada, la música sí y a la inversa.

**PROCESO CREATIVO**

**14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

Mis portadas siempre se basan en una foto pero sin estilo determinado, ya que éste queda atado al concepto musical.

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

Siempre se empieza por una selección de fotografías, estén hechas ex profeso o no para la portada. De esas propuestas se hace con el artista la selección definitiva y se entrega.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Busco que la imagen potencie el mensaje de la música.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Fotografía y en lo posible, el menor retoque posterior.

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Cámara réflex digital, ordenador, estudio fotográfico, flashes...según el caso.

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Digital.

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Generalmente la base de mis diseños suele ser una fotografía.

## RESULTADOS

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

No, los descartes suelen ser utilizados como fotografías para promoción para inserción en prensa, web y otros medios de difusión.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Para mí eso es muy importante aunque no todo el mundo lo respeta. Yo creo que debe tener todo una unión y sumar un producto único.

## REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

En la historia de la música las portadas de todo el mundo evolucionan de forma pareja y siempre en relación con otros movimientos culturales.

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Sí. Pero depende del estilo musical, hay ciertas corrientes musicales, es el caso del garaje, en las que las líneas estéticas están muy definidas y no dejan mucho campo para la innovación. En otros estilos sí que se innova e incluso se valora mucho la creatividad. Un ejemplo claro es el disco *Ladies and gentlemen we are floating in space* de Spiritualized.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Debido a la caída de la industria musical y al abaratamiento de la producción, mucha gente opta por la autogestión a la hora de sacar los discos o trabajar con sellos independientes. Por eso hay un mayor control final de todo el producto y los grupos ofrecen videoclips, acústicos, promoción, diseño de portadas, concebido todo como un paquete, como una parte más del producto final: el disco.

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

Sobrevivirá. Incluso crecerá porque vivimos en una sociedad que devora imágenes.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

No. Aunque al ser mayor el tamaño, el diseño gana muchísimo en calidad y en visibilidad.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Sí. Tanto el diseño gráfico como la fotografía son profesiones que sufren de intrusismo laboral.

---

## ENTREVISTA 9

Teo Serrano formó parte de los Intocables, primera banda de Loquillo, una vez separados sus caminos, Teo comienza una carrera discográfica en solitario que dura hasta nuestros días, representando al artista que se autogestiona con tal de no tener que someterse a los designios de la gran industria. Esta decisión le llevó a tener que hacerse cargo personalmente de aspectos económicos, compositivos y también de diseño gráfico para sus álbumes.

---

## LUGAR

- Comunidad Autónoma: Catalunya
- Provincia: Barcelona
- Concejo/condado:
- Ciudad/Pueblo: Barcelona
- Fecha: 2013/06/14
- Hora: 20:30
- Observaciones: Entrevista realizada por videoconferencia, ante la imposibilidad de desplazamiento.

---

## INFORMANTE

- Apellidos: Serrano Guzmán
  - Nombre: Teodoro
  - Apodo o nombre artístico: Teo Serrano
  - Lugar de nacimiento: Barcelona
  - Fecha de nacimiento: 06/10/1962
  - Lugar de residencia: Barcelona
  - Edad: 50
  - Domicilio: Ferrán Puig nº 42
  - Profesión (1): Músico
  - Profesión (2):
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

B.U.P.

### **2. Formación complementaria:**

Mecanografía, Inglés, Francés, Ruso, Restauración.

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

Oscar Wilde, John Milton, Jim Thompson, Ludwig Wittgenstein, Vermeer, Tristán Tzara Kandinsky y varios miles más...

### **4. Influencias musicales:**

Eddie Cochran, Dr. Feelgood, Los Ramones

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Pink Floyd, Lou Reed

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Compositor, cantante, letrista, productor, fotógrafo, decorador, maquillador, cocinero.

### **7. Catálogo de obras discográficas :**

*Los tiempos están cambiando* de Loquillo y sus amigos (1981), *Autopista* (1981) de Loquillo e Intocables, *Loquillo & Sabino* (1987), *Lujuria Juvenil* de Teo Serrano y los del Patio Salvaje, *El derecho a ser diferente* de Teo Serrano (imagen No 158) y *(Soy eres mi tú) Reflejo en el espejo* de Teorema (2012) (imagen No 159).

## CARRERA PROFESIONAL

### ENCARGO

- 8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

*Freelance*, me he implicado en el diseño de todos mis discos y CD 's así como en los de otros que me han solicitado que lo haga, como Espectros del destino, Piramyd Band y catálogo Steep.

- 9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

Nunca. Fueron pensadas, diseñadas y plasmadas expresamente para transmitir una idea global del trabajo.

- 10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Suelo tener libertad absoluta con el compromiso de escuchar a todos antes.

- 11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

Suelo asegurarme que todos los participantes están con la misma información e intención.

- 12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

Siempre, imprescindible para capturar su esencia.

- 13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

El mundo está lleno de excelente música pésimamente envuelta, o simplemente mal transmitida.



## **PROCESO CREATIVO**

### **14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

El impresionismo alemán, el dinamismo de Kappa y las reglas de perspectiva basadas en la regla áurea.

### **15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

Elección de temática acorde con la música, selección de material, rectificación si es necesario del mismo, selección previa entre varias ideas, debate posterior con los responsables ejecutivos y elección final.

### **16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Todas las disciplinas que tratan el mundo de la imagen, desde revelado hasta rectificación de posibles errores.

### **17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Pintura, fotografía, procesado informático usando la más adecuada a cada caso concreto.

### **18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Cámara de fotos Ricoh y Photoshop.

### **19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Fotográfico digital Tiff.

### **20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

La experimentación controlada va siempre incluida en el proceso de elaborado.

## **RESULTADOS**

### **21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Se presenta siempre un abanico de imágenes válidas, cada una de las cuales puede servir para dos o más destinos, desde portada a single o cartel promocional.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Siempre se parte de una idea genérica y por ello todas las imágenes tienen una relación plástica acorde a ella y entre sí.

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

Siempre se utilizan referentes a nivel mundial, pero se permite la creatividad personal, eso varía de cada artista a otro. Los medios utilizados son los que marcan realmente el nivel final del trabajo.

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

La fuerza de la propia imagen seleccionada da ese plus que el diseño matiza y complementa bajo unas líneas de trabajo estándar. Hacer una tipografía ilegible no aporta nada.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Hay una gran variedad visual y aún, en la escena independiente, pueden darse casos de originalidad.

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

En un mundo virtual regido por la imagen, siempre será imprescindible cuidar ese aspecto de la comunicación, más que nunca pero con más posibilidades, como la integración directa con la música o el 3D.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

Suele ser para tipos específicos de música que ya cuentan con imágenes de referencia ya elaboradas, aparte de las propias de los artistas.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Ahora todo el mundo tiene acceso a poder expresarse como crea adecuado, lo veo muy positivo. Pero como en todo, los que tienen conocimientos y práctica generan resultados muy diferentes a los aficionados voluntariosos.

---

## **ENTREVISTA 10**

Fernando Nanderas es un experimentado diseñador gráfico que pese a su juventud posee un gran catálogo de portadas discográficas, siendo en los últimos tiempos requerido por grupos de renombre como Medina Azahara, Obús y Asfalto.

---

## **LUGAR**

- Comunidad Autónoma: Murcia
- Provincia: Murcia
- Concejo/condado: Murcia
- Ciudad/Pueblo: Santa Cruz
- Fecha: 2013/06/17
- Hora: 16:40
- Observaciones: Entrevista realizada por videoconferencia, ante la imposibilidad de desplazamiento.

---

## **INFORMANTE**

- Apellidos: Navarro Martínez
  - Nombre: Fernando
  - Apodo o nombre artístico: Nanderas\_HM
  - Lugar de nacimiento: Murcia
  - Fecha de nacimiento: 28/12/1981
  - Lugar de residencia: Murcia
  - Edad: 31
  - Domicilio: Santa Cruz
  - Profesión (1): Diseñador Gráfico
  - Profesión (2): Delineante proyectista
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

Técnico superior en aplicación y desarrollo de proyectos urbanísticos.

### **2. Formación complementaria:**

Técnico auxiliar en diseño gráfico.

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

Dalí, Hugh Syme, Storm Thorgerson y Magritte.

### **4. Influencias musicales:**

Helloween, Dream Theater, Saratoga, Iron Maiden, Metallica... ¡y un sin fin de bandas!

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Iron Maiden *Seventh son of a seventh son* y Dream Theater *A change of season*.

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Ilustración de carteles publicitarios y trabajos para editoriales de libros.

### **7. Catálogo de obras discográficas:**

Medina Azahara *La memoria perdida* (imagen No 160), Obús *De Madrid al Infierno* y *Cállate* (imágenes Nos 161 y 162), Asfalto *Utopía* (imagen No 163), Lujuria *Sexurrección*, Jorge Salán *Directo a San Javier*, Alhandal *Paseando por la mezquita/El garrotín* (Single) y un largo etc. Todas las encontraras en mi web: <http://nanderashm.blogspot.com.es/>

## CARRERA PROFESIONAL

### ENCARGO

- 8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

Trabajo como *freelance* directamente a grupos y a varios sellos discográficos.

- 9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

No, todas mis portadas se crearon para dicho disco.

- 10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Hay de todo. Está el cliente, que te da vía libre para crear a partir de una canción o un título y luego están los que te aportan toda clase de información e ideas.

- 11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

En pocas ocasiones. Casi todo suele ser tratado por e-mail o teléfono.

- 12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

O bien el disco completo, o tan sólo uno o dos temas. En alguna ocasión me han enviado el disco a trabajar y toda la discografía anterior de la banda.

- 13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

Una mala portada puede acabar con un buen disco, pero sin ninguna duda. En cambio, un mal disco no suele afectar a una buena portada.

### PROCESO CREATIVO

- 14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

Surrealismo, sin dudarlo.

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

Una vez que el grupo/cliente te expone aproximadamente lo que se ha de transmitir, comienzo a indagar sobre los gustos gráficos del grupo, la tendencia que dicho estilo tiene respecto a su imagen, genero algunos conceptos y se los expongo al grupo, y si gustan, pues a trabajar.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Inevitablemente siempre suele surgir cierto estilo personal, pero intento que cada trabajo represente lo mejor posible el sonido del disco.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Principalmente composición y manipulación fotográfica digitalmente (Photoshop) y en algunas ocasiones ilustración clásica.

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Papel, lápiz, ordenador, escáner y café.

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Todos los trabajos, ya sean escaneados de un dibujo, fotocomposiciones, 3D o dibujos vectoriales, acaban en Photoshop. O bien desde el minuto uno de su creación, o para finalizar con su postproducción.

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Me gusta mucho experimentar y espero poder ampliar catálogo de técnicas y estilos.

**RESULTADOS**

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Por lo general, suele ser obra única y los descartes o bien se utilizan como parte del artwork o singles, o bien se reinventan para otro proyecto. Por otro lado, a algunos

de mis trabajos me gusta darles cierta familiaridad, aunque los clientes no tengan ninguna relación. Por lo que algún día podré publicarlos repartidos en categorías.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Sí, siempre. Sobre todo lo que es portada y artwork o booklet. En algunas ocasiones la cartelería e incluso el merchand quedan desvinculados del trabajo principal, pero son las menos veces.

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

En mi humilde opinión, creo que España vivió una época de oro en ese aspecto, donde las portadas tenían denominación de origen. Eso se puede apreciar en portadas de Triana o Medina Azahara, o incluso en trabajos de pop. Pero hoy día todo está muy globalizado. Con un simple clic de ratón puedes ver las tendencias artísticas que se llevan en Japón y aplicarlas a un trabajo español. Considero que España tiene un nivel gráfico y creativo muy grande, pero seguimos una corriente de estilos universales... en mi discreta opinión.

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Mucho nostálgico te dirá que no, pero creo que existe muchísima originalidad. Dicen que todo está inventado, pero yo pienso que las cosas también se pueden reinventar, modificar, recomponer... Estamos en un momento muy muy creativo y con unas herramientas que cada vez nos permiten ir más allá y España en ese tema no se ha quedado atrás, ni mucho menos.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Hay de todo lógicamente, pero en líneas generales diría que muy buena. De hace doce o quince años para acá la evolución ha sido muy buena, y creo que esto se debe a



dos factores. Primero, que hace años sólo hacían portadas los que se dedicaban a hacerlas (cuatro gatos) y hoy día un chaval que ha tenido acceso a una evolución autodidacta, gracias a internet (entre otras cosas) es capaz de expresar su arte de una manera magistral, y lo más importante, es capaz de mostrarla al mundo desde el sillón de su escritorio. Por otro lado, vivimos una época de bombardeo continuo de información, estilos, tendencias, etc... Debido, como no, a internet. La creatividad hay que alimentarla, y sin duda ese bombardeo la alimenta. Dicen que el cine está mal, pero yo creo que se ve más cine que nunca antes, y en mi opinión, es una fuente inagotable de inspiración artística.

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

La caída del formato físico influye, no hay duda de eso, pero todo trabajo discográfico seguirá estando acompañado de su correspondiente portada. En mi caso personal, yo ya he desarrollado varios trabajos para soportes digitales y con buena acogida. Por otro lado, yo soy un sentimental y si no veo un trabajo mío impreso me falta algo.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

No, porque no ha llegado a superar al CD, pero sí que ha supuesto que nos tengamos que esmerar más en los detalles, ya que un trabajo impreso en un 12x12cm apenas le ves fallos, pero cuando lo llevas a la carpeta de un vinilo la cosa cambia. ¡Mi disco duro es el que más ha notado eso!

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Lo llaman intrusismo, yo lo llamo artistas que quieren expresarse. En alguna ocasión algún cliente me ha comentado «Oye, al final no podemos hacer el trabajo porque el primo de no sé quién controla Photoshop...» Yo lo entiendo perfectamente, la cosa está fatal y todo lo que se pueda ahorrar un grupo poco es. En muchos casos ves el trabajo final y piensas «¡madre mía, que dios nos pille confesaos!», pero en otras

ocasiones me sorprende con lo que veo, y no me cabe duda de que detrás de ese trabajo hay un artista por descubrir.

---

## **ENTREVISTA 11**

Miguel Ángel García Fernández, es un joven diseñador gráfico con mucha experiencia profesional, con quince años dedicados a la ilustración de portadas discográficas. Pese a la proyección fuera de la región de los grupos cuyas carátulas ha diseñado, rara vez recibe encargos desde fuera de Asturias.

---

## **LUGAR**

- Comunidad Autónoma: Asturias
- Provincia: Asturias
- Concejo/condado: Avilés
- Ciudad/Pueblo: Avilés
- Fecha: 13/06/19
- Hora: 17:00

---

## **INFORMANTE**

- Apellidos: García Fernández
  - Nombre: Miguel Ángel
  - Apodo o nombre artístico: Miguel
  - Lugar de nacimiento: Avilés
  - Fecha de nacimiento: 28/08/79
  - Lugar de residencia: Avilés
  - Edad: 33
  - Domicilio: C/ Fernández Balsera 4. 3ºA
  - Profesión (1): Diseñador
  - Profesión (2): Diseñador
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

Bachiller artístico. Escuela de Arte, Oviedo, 1º Arquitectura efímera. Escuela de Arte, Oviedo, Técnico superior en Diseño y Producción Editorial. Oviedo, Diplomatura en Diseño Gráfico. ESAPA.

### **2. Formación complementaria:**

Técnico auxiliar en Diseño Gráfico, Especialidad retoque y escaneo de imágenes, Diseño Gráfico. I.E.S Pando. Oviedo, Curso especialidad Macromedia Flash 8.

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

Tendría mucho que decir al respecto, pero antes de comenzar a nombrar mis influencias artísticas, me gustaría citar otros tipos de influencias que están ligadas de una forma u otra a éstas y siempre han sido de mi interés: ciencias ocultas, religiones en todas sus vertientes, y la moderna física cuántica, que tanto está dando que pensar en la última década.

A partir de este pequeño inciso, puedo decir que siempre he sido un apasionado de la arquitectura religiosa, desde la neo-sumeria, hasta la arquitectura barroca. Creo que todo esto va muy directamente relacionado con el apartado anterior.

En cuanto a las demás disciplinas artísticas y nombrando generalidades, destacaría a las pinturas tibetanas ancestrales rescatadas por Shrestha, los artistas del renacimiento, prerafaelistas, los grabados japoneses de Ukiyo-e, el movimiento de las arts&crafts, el art nouveau, el separatismo vienés, el surrealismo, constructivismo ruso...

Si tengo que nombrar artistas, lo haré hacia la segunda mitad del XIX, porque considero que si no, la lista sería infinita: William Morris, Aubrey Beardsley, Toulouse Lautrec, Alphonse Mucha, Will Bradley, Gustav Klimt, Koloman Moser, Peter Behrens, A.M. Cassandre, El El Lissitzky, Henry C. Beck, Herbert matter, Paul Rand, Mc Escher, Hr Giger, Vania Zouravliov, Richard Colman, Estephan Doitschinoff, Obey...

En cuanto a artistas más centrados en el tema musical, me quedo con: Hipgnosis (Storm Thorgerson), Alex Grey, Arik Roper, Roger Dean, Pushead, John Baizley, Paul Romano, Mark Riddick o Jason Farrell.

#### **4. Influencias musicales:**

Me pondré un límite porque sería demasiado largo: Pink Floyd *Wish you were here*, Yes *Going for the one*, Genesis *The lamb lies down on Broadway* The Mars volta *De-loused in comatorium*, Baroness *Red, blue, green and yellow*, Coalesce *Ox*, Sepultura *Arise*, Dark tranquility *The gallery*, Mastodon *Leviathan*, The sword *Warp riders*, Norma Jean *Redeemer*, Further seems forever *Hide nothing*, Metallica *Eye of the beholder*, Astra *The black bhord*, Witchcraft *The alchemist*.

#### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Las anteriormente citadas.

### **EXPERIENCIA PREVIA**

#### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Diseñador gráfico en empresas como Publisher XXI, Elascitic Estudio Creativo y Tankalab Agencia de Publicidad, como diseñador y maquetador para la revista OCA y empresa Grafinsa, técnico de diseño y producción en Careaga Digital, rotulación, serigrafía y diseño en Matteredia Creativa.

#### **7. Catálogo de obras discográficas:**

*Alone in the crowd* de los Hard Ups, *La casa de los lamentos* (imagen No 164), *Nuestro amor a la agonía* y *La resurrección de las 10 almas* de Sound of silence, *Quien siembra miseria, recoge cólera* y *Una democracia manchada de sangre* de Escuela de odio, *Antiimperialista*, *Aberraciones* y *El irremediable camino* de Fe de ratas, *Miseria, sangre y plomo* de Desakato, *Cicatrices* para Crudo (imagen No 165), *Vamos donde muere el sol* de One for Apocalypse, *Asturies tiempo de Jazz* para la Big Band Xixón, así como los discos de *Republicastur II* y *Republicastur III*.

## **CARRERA PROFESIONAL**

### **ENCARGO**

**8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

En estos momentos trabajo en los dos ámbitos. Estoy contratado en una agencia de publicidad situada en el parque tecnológico de Gijón llamada Tankalab, aunque también ejerzo como *freelance*, para encargos que considere no competencia directa con mi empresa.

**9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

Nunca me ha pasado eso, ya que soy diseñador gráfico y no artista. Normalmente trabajo por encargo, pocas veces he hecho obras no destinadas a un encargo comercial concreto.

**10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

A lo largo de quince años de carrera profesional, me he encontrado con 3 tipos de clientes:

1. Los que tienen el concepto muy claro y no te puedes salir de lo que marcan.
2. Los que te dan libertad absoluta, porque no saben lo que quieren, y cuando se lo presentas te lo modifican hasta límites insospechados (lo cual es muy incómodo). De este tipo son la mayoría de los clientes.
3. Los que te dejan total libertad para hacer lo que quieras. Estos últimos son los que menos abundan.

**11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

Sí, desde el primer momento del encargo, se aclaran los puntos. Una vez se llega a un acuerdo, las reuniones son constantes. Si no es posible reunirse, hay intercambios de e-mails con pruebas y comentarios hasta el final del proceso.

**12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

Normalmente pido que me lo faciliten, aunque a veces es el propio grupo quien te invita a escucharles musicalmente para inspiración e influencia.

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

No especialmente. Aunque si un disco es efectivamente un producto cerrado, no tiene por qué ser un fracaso. Además, una buena o una mala portada, es una percepción muy subjetiva... mala o buena con respecto a qué? Yo, como diseñador, coleccionista de vinilos, músico y demás, me compro discos a veces porque me encantan por el artwork, a veces porque es un gran disco a nivel musical aunque las portadas sean pésimas, y otras veces porque el producto es redondo (que para mí es lo ideal).

**PROCESO CREATIVO**

**14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

Si te refieres a estilos artísticos, no me encasillaría en ninguna etiqueta más que en la mía propia. Además, todo depende mucho del cliente...como comenté antes, soy diseñador gráfico, no artista. Si la pregunta tiene que ver con estilo musical por el que me decanto para los encargos, me encasillaría en el *underground*. Me incluiría en este estilo por varias razones:

1. Es el mundillo por el que me muevo, donde tengo mis contactos, etc.
2. Porque no he tenido nunca la posibilidad de trabajar para grandes bandas musicales.

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

1. Propuesta por parte del cliente.
2. Investigación (tanto a nivel musical como estilístico)
3. Bocetos
4. Entrega de los bocetos a clientes
5. Realización de portada, interiores, contra y preparación para imprenta.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Efectivamente, siempre busco la disciplina que más se ajuste a la música, aunque es el cliente el que elige normalmente.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Aunque a veces utilizo diversas herramientas, todo se traduce en ordenador y reproducción en offset, impresión digital, serigrafía, termoimpresión...

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Papel y bolígrafo, rotuladores, escáner, fotografía. En cuanto a herramientas informáticas, trabajo con el paquete Adobe (Photoshop, Illustrator, Indesign).

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Para trabajar se usan formatos vectoriales como .ai o .indd, o de fotografía como .psd... para artes finales utilizo .pdf o .tiff. Se suele trabajar en modo de color RGB y para artes finales se pasa todo a CMYK.

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Como comenté anteriormente, depende del cliente. Pero normalmente son técnicas informáticas.

**RESULTADOS**

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

El resultado final se traduce en una sola obra. Nunca he realizado el arte de ningún single. En el underground no existe ese término.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Si. Yo procuro que así sea normalmente.



## REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

### **23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

No sigo las portadas ni las bandas nacionales *mainstream*. En cuanto a los artworks de bandas underground creo que muestran unos estilos propios, aunque sí que las tendencias estilísticas se tienen en cuenta para ciertos tipos de música.

### **24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Por supuesto que sí. Aunque hay una cantidad enorme de artistas, bandas, etc, sobre todo, con el revival del formato de vinilo, los artistas y las bandas a nivel underground procuran dar valores añadidos en cuanto al diseño (tintas y papeles especiales, vinilos de color y con formas, técnicas de impresión y *packaging* novedosos).

### **25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Hay grandes artistas de portadas y trabajos para bandas a nivel nacional, como los realizados por conspiracystudio, error design o Ritxi Ostáriz.

### **26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

Como músico, diseñador y consumidor, creo que la industria musical, tal y como se conocía ha desaparecido. Desde luego que en la industria más popular en esta última década no se toman con seriedad los artwork, aunque en mi opinión, tampoco la música, aunque hay estilos musicales de masas como el heavy metal, donde ni se han abandonado los formatos físicos, ni a las bandas, ni a los fans.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

Creo que la vuelta del formato vinilo, las ediciones limitadas y las nuevas técnicas de impresión, hacen que cada vez más, las bandas, sellos underground, respeten e inviertan en diseñadores y artistas para dar valor añadido a los discos. Los consumidores musicales tienen muy en cuenta todo esto.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Sí, totalmente. Está claro que muchos posibles clientes, finalmente no lo son, porque prefieren ahorrarse 300 euros en un artwork y encargárselo a su sobrino que hizo un cursillo del paro. Pero también está ayudando a que se descubran nuevas y talentosas personas, que de no ser por esta facilidad tecnológica de la que hablas, no habrían conocido sus cualidades...todo tiene su lado positivo.

---

## ENTREVISTA 12

Penélope Crespo es una diseñadora vallisoletana que tras varios años trabajando en un estudio de diseño gráfico se vio en el paro, momento que aprovechó para abrir su propio estudio de diseño. Entre los diversos servicios de diseño ofrecidos, ha alcanzado cierta reputación local como ilustradora de portadas discográficas.

---

## LUGAR

- Comunidad Autónoma: Castilla y León
- Provincia: Valladolid
- Concejo/condado: ---
- Ciudad/Pueblo: Valladolid
- Fecha: 2013/5/20
- Hora: 12:00

---

## INFORMANTE

- Apellidos: Crespo Carrillo
  - Nombre: Penélope
  - Apodo o nombre artístico: Penélope Pez (Pequeño Pez Estudio)
  - Lugar de nacimiento: Valladolid
  - Fecha de nacimiento: 25/5/73
  - Lugar de residencia: Valladolid
  - Edad: 39
  - Domicilio: Calle Félix Antonio 3, Valladolid
  - Profesión (1): Diseñadora Gráfica
  - Profesión (2): Docente de dibujo y pintura
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Ilustración.

### **2. Formación complementaria:**

---

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

Cómic: Bill Sienkiewicz, Dave Mackean, Kent Williams; artistas conocidos como Freud, Klimt, Shiele...; tendencias como pop art, y la psicodelia, y artistas de mi entorno como Ruth Gómez, Ricardo Cavolo o Julio Falagán.

### **4. Influencias musicales: Influencias musicales:**

Sobre todo el grunge y rock de los años noventa, pero también el hard rock y la música de los años setenta y en los últimos años el stoner rock es una de las tendencias que más me interesan y suelo escuchar habitualmente.

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas: ninguna y todas, tomo referencias visuales según cada ocasión o trabajo. Cada tipo de música genera una tendencia en el diseño de portadas, estas tendencias o estilos nunca son rígidos a cada estilo. Como diseñadora tomo un camino u otro dependiendo del estilo de música, los gustos de mi cliente y lo que yo querría hacer, teniendo en cuenta también qué tendencia tiene determinado estilo de música.

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

EXPOSICIONES:

*Diseño con amor* (2013)

*Con el Corazón en la Mano* (2011)

*Mira que te cuento* (Exposición colectiva) (2006)

*Enciclopedia Gráfica* (Horror Visual) (Exposición colectiva) (2007)

*Garabatos* (2004)

*Unas cuantas horas de pintura* (Exposición colectiva) (2004)

*Déjame Fotografiarte* (2000)

*Frágil* (Exposición colectiva) (2001)

*Pintura en Valladolid 2000* (Exposición colectiva) (2000)

*Esto lo hace mi niño* (Exposición colectiva) (2000)

#### PUBLICACIONES:

*Calendario después del fin del mundo* Calendario del Colectivo Satélite (2013)

*La Navidad Cuenta* Libro publicado en Navidad 2012. Colaboración de ilustración para uno de los relatos que conforman la recopilación de cuentos navideños.

*Agenda del fin del mundo* Agenda del Colectivo Satélite, Ilustraciones en blanco y negro en el interior y cada portada serigrafiada artesanalmente una a una. Edición limitada de cien unidades.

*50 Cajas de Amor*. Siete ilustraciones del Colectivo Satélite, en una caja de cartón serigrafiada. Edición limitada a cincuenta unidades.

*Los Malos* (2007) libro autoeditado por el Colectivo Satélite, dentro de la colección «Fuera de Órbita»

Los libros *Repertorio de personal* (2006), *El niño ardilla* (2005) y *El artista invisible* (2004), pertenecientes a la colección «A dos tintas» autoeditados por el Colectivo Satélite.

Ilustraciones para la revista *En taquilla*. Octubre 2006

Fanzine *The Tente*, editado por el colectivo satélite (1998)

#### EXPERIENCIA PROFESIONAL

Me dedico al trabajo *freelance* desde el año 2000, a veces compaginando con otros trabajos fuera del ámbito del diseño por pura supervivencia.

Trabajé durante casi tres años (2008 a 2011) en una de las imprentas con más renombre en Valladolid, Mata Digital SL, realizando diversos trabajos y aprendiendo el proceso que viene tras el diseño: impresión y manipulado de todo tipo de reproducción en papel.

Tras mi salida de la empresa debida a la crisis general, y que azota a este sector especialmente, volví de pleno al trabajo *freelance* y monté mi estudio de diseño gráfico bajo el nombre de Pequeño Pez Estudio. Ahora trabajo desde casa y voy

atendiendo a encargos de toda índole.

#### **7. Catálogo de obras discográficas :**

La Bazanca (en directo) *20 años de música tradicional* (2001), Vértice *Siete veces alma* (2003), Ramírez Neuf su disco *Ramírez Neuf* (2005), trabajando para el grupo Hidráulica tanto *Demo I* (2007) como *Demo II* (2008), para Animalfantasma *La Diplomacia de las Fieras* (2008), Undercover *MMIX* (2009), Puh-Pila *Hecho a mano* (solo su maquetación) (2010) (imagen No 166), The Zarrapas *The Zarrapas* (2012) *XXX Dementia girl* (2012).

### **CARRERA PROFESIONAL**

#### **ENCARGO**

#### **8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

Ejercer como *freelance*. Sí que tengo contacto con un estudio de grabación y producción musical para el que suelo trabajar de vez en cuando «Dobro Producciones».

#### **9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

Siempre he trabajado por encargo en este sentido y cada portada ha sido creada especialmente. Abordo cada portada como algo nuevo, un lienzo en blanco donde traducir lo que la música que irá en ese envoltorio transmite.

#### **10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Cada encargo es un mundo. Puede que tenga que crear todo el artwork desde cero y hacer la propuesta previamente al cliente con varias opciones, bien vengan con algo ya prediseñado como fue el caso de Puh-pila y solo tenga que pulir el diseño o bien que vengan con la idea más o menos clara y yo intento llevarla a cabo lo más fielmente posible a lo que el cliente me pida. El trabajo que realizo es a nivel local (Valladolid), donde no hay grandes bandas. Lo que tienen las bandas pequeñas es ilusión, muchas ideas y una fuerte seguridad en sus gustos, con lo que a veces no te dejan demasiado espacio para trabajar y simplemente te conviertes en «el brazo ejecutor», ya que no

dependen de un estudio de marketing de la portada o de que sea más o menos atractiva a un público generalista.

**11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

Siempre, además son indispensables. Hay darle una buena escucha al material que va a ir en el disco es muy necesario y básico hablar con los creadores, ellos mejor que nadie saben qué es lo que quieren expresar con su música y la portada del disco es lo que primero va a ver el comprador. La portada tiene que reflejar qué es lo que nos vamos a encontrar en el interior, al menos la mayor parte de las veces.

**12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

Si, por lo general pido que se me facilite este material, pues no puedes dar una imagen a algo que no has escuchado ni conoces.

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

En mi opinión sí, una mala portada puede hacer mucho mal a la música que está envolviendo. Pero como he comentado anteriormente las bandas con las que trabajo no son digamos... de alto nivel, con lo que no les interesa tampoco demasiado el tema estético de cara al público, sino sólo de cara a sí mismos y eso hace que, además de poco espacio para tu creatividad como diseñador, tengas que hacer algo que nunca habrías hecho de no ser porque te tienes que atener a ese «gusto» (muchas veces mal gusto) del cliente. Una portada atractiva, sugerente, con un buen diseño da una sensación de calidad, si te dan un anillo de diamantes metido en una caja de hamburguesa, por muy diamante que sea, siempre sospecharás que puede ser falso o de baja calidad, sin embargo un diamante de menor calidad en un estuche forrado de terciopelo y con la marca Tiffany's en la tapa será inolvidable y cuando lo mires siempre recordarás aquel envoltorio.

## **PROCESO CREATIVO**

### **14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

No me incluiría dentro de ningún estilo concreto, doy al trabajo el estilo que necesita. De ahí que no me acabe de ver como ilustradora, sino como una diseñadora que es capaz de ilustrar en distintos estilos para completar un trabajo de diseño.

### **15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

1º- Se me plantea el trabajo por parte del cliente/banda investigo un poco por mi cuenta y después quedamos para un *brainstorming* en el que me indican un poco que es lo que buscan, qué estética les interesa y yo hago alguna propuesta según lo que haya investigado previamente a la reunión. 2º- Con toda la información recogida investigo un poco más, sobre todo a través de internet, consulto algunos libros... y me hago una carpeta con referencias visuales para el trabajo. 3º- Planteo un par de ideas, si lo tengo muy claro con una sería suficiente, hago algún boceto, más o menos acabado y lo presento al cliente. 4º - El cliente da su opinión sobre lo presentado, si surgen cambios intento que sean lo más concisos posible, para no tener que hacer una segunda ronda de bocetos. Con lo que me digan y lo que acordemos empiezo con el trabajo, en algunos casos voy enviando el trabajo según va evolucionando, para comprobar que es lo que me han pedido y que no voy por un camino totalmente distinto. Otras veces simplemente lo realizo y lo presento. Después de esta segunda presentación... ya con el trabajo terminado a veces hay algún cambio... que no permito que sea sustancial, ya que debería entonces repetir todo el trabajo y eso significaría que no he entendido a mi cliente... por lo general si todo ha ido «bien» no hay más que algunos cambios mínimos o ninguno.

### **16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Eso es algo que también te pide el propio cliente en muchas ocasiones, los hay que quieren fotos, otros ilustraciones otros algo más técnico...y en acuerdo a eso la técnica viene ya dada. En mi caso tengo la suerte de dominar varias técnicas pictóricas y de dibujo, con lo que no me supone ningún problema... siempre claro, te encuentras más o menos cómodo dentro de una u otra disciplina. Además ahora todo pasa por la digitalización y al final siempre retocas/coloreas/corriges algo con Photoshop.



### **17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Como ya he comentado varias técnicas pictóricas... mis preferidas: acuarelas, lápiz, lápices de color y acrílicos. Siempre todo pasa por el scanner al ordenador, para ser limpiado, corregido, retocado, coloreado... o lo que sea necesario. Después maqueto los textos, casi siempre en Illustrator si son 4 páginas para el libreto, pero si son más utilizo Indesign.

### **18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Creo que ya lo he contestado en la pregunta anterior. Intento tener todo a mano, papel, lápices, rotuladores, acuarelas, acrílicos, ordenador... Tengo de todo lo que creo que puedo necesitar en el estudio, es para mí fundamental tener todo a mano, para que la inspiración me pille preparada.

### **19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

El formato lo da el soporte en el que se va a presentar la música, generalmente es formato CD. Por lo general las medidas son estándar 120x120 mm la portada y las páginas del libreto, el CD con sus medidas y la contraportada con las suyas, eso es muy rígido. Siempre tienes que trabajar desde un principio teniendo en cuenta las medidas de la portada.

### **20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

Siempre intento experimentar, pero cuando alguien te elige para su portada es porque ha visto algo que has hecho y le ha gustado el estilo, la técnica... o simplemente cree que puedes llevar a cabo su idea. En caso de no verme con suficiente capacidad para realizar alguna técnica, como me pasa con la fotografía, cuento con algún colaborador.

## **RESULTADOS**

### **21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Como he dicho no trabajo a un nivel alto, con lo que el presupuesto suele ser sumamente ajustado, intento entender qué es lo que quiere el cliente desde el primer

momento, traducir lo que se necesita para la portada en una sola línea creativa e invertir el tiempo justo. Todo lo demás encarecería el proyecto. Así que la respuesta sería NO, no hay descartes, no hay más de una portada a elegir, eso multiplicaría el precio y es algo que mis clientes no se pueden permitir.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Otra vez vuelvo a la cuestión económica, esto depende del presupuesto de mi cliente. Siempre realizo el artwork completo del disco... no suele haber singles. Para la cartelería y el resto se suele utilizar la propia portada del disco. Por lo general yo entrego a mis clientes la portada preparada para llevar a imprenta, de esto se encarga el estudio de grabación (casi siempre trabajo con Dobro Producciones, por lo que ya tenemos una relación fluida para este tema, les envío la portada y ellos que son los que han grabado el disco se encargan de llevarlo todo a fábrica). También suelo adjuntar las imágenes que componen la portada y el logotipo (si lo he realizado yo también) vectorizado y todo listo para poder utilizarlo.

## **REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN**

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

Realmente no podría dar una opinión a nivel digamos mundial... ya que mi conocimiento se limita a la música que yo conozco que es más de origen americano e inglés, aparte del español. Sí que me atrevería a decir que en España siempre ha habido una tendencia muy fuerte, sobre todo en los sesenta y setenta de poner una foto del propio grupo o artista en la portada, y que aún se sigue dando en determinados tipos de música más comercial, utilizando como reclamo de compra la propia imagen del artista. Esto también sucedía en EEUU. Esta tendencia aún sigue vigente pero con menos fuerza. Si que cabe destacar el llamado estilo indie/pop el cual da una línea de portadas para mi gusto mucho más elaboradas en su concepto, más de autor, en el que sí que se nota una especial atención a trasladar el concepto musical a la portada. Así como en el estilo heavy español, que aún siguiendo las directrices de portadas americanas de

música de este mismo estilo, tiene un sello distintivo propio. A mi entender respecto al resto del mundo España siempre ha ido un poco por detrás en cuanto a tendencias, absorbiendo éstas de las americanas e inglesas. De las inglesas sobre todo en los años ochenta en los que hubo una explosión de grupos muy distintos a los que se habían escuchado hasta el momento y que bebían sobre todo de aquel estilo punk proveniente de Gran Bretaña.

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Para mí está todo hecho e inventado, cualquier cosa que se te pase por la cabeza ya ha sido hecha por alguien en otro lugar o en otro momento. La originalidad existe porque aunque todo ya esté inventado siempre se puede dar una vuelta de tuerca más o aportar una nueva visión. El quid de la cuestión no está en inventar si no en reinventar, en darle una nueva mirada un nuevo punto de vista a cualquier idea.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

No sigo la música española, no hay ningún grupo que me interese así que no podría dar una opinión especializada al respecto. Sí que me gustaría destacar las portadas del grupo Los Planetas cuyo autor Javier Aramburu (creo que casi en todas, sino todas) es digno de mención por su estilo y haber sabido adaptarse a esta banda sin resultar repetitivo.

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

El formato físico está destinado a desaparecer tarde o temprano, lo cual no quiere decir que esa imagen que antes nos trasladaba este formato no vaya a seguir siendo necesaria. Es algo humano, el estímulo visual es primordial y siempre acompañará de una u otra manera. Con el boom de las redes sociales, el mundo en la red, estamos bombardeados de mensajes e imágenes, sobre todo de imágenes, constantemente. Es más, ya los grupos utilizan *facebook* (por ejemplo) para su promoción además de sus páginas web, esto proporciona un contacto más directo con el público, puedes ver fotos del momento en el que están grabando, escuchar antes que nadie el primer tema del

disco a través de las redes sociales y ver la imagen con la que se lanzará la portada del disco, el cartel de la gira... incluso contenido creado especialmente para este nuevo formato.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

En principio no lo creo, simplemente los que antes editaban en CD o no editaban ahora lo hacen en vinilo, no es que haya más cantidad de discos editados si no más variedad de formatos.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Es el pan de cada día, constantemente te encuentras con que ajustas un presupuesto al máximo porque sabes que un grupo no puede pagar lo mismo que una empresa media y aún así siempre te encuentras con que... «Al final me lo hace un amigo» Si que me hace gracia que se gasten 3000 euros en grabar y luego no sean capaces de gastar 300 en una portada bien hecha y por un profesional, cuando ya hay posibilidad de gastar bastante menos en la grabación. Ya he comentado que a veces trabajo para un estudio de grabación «Dobro Producciones»... ellos a veces me envían algún grupo para hacer portada y la mayoría de las veces al final se lo acaba «haciendo un amigo», ¿qué sucede después...? Pues que el estudio, cuando el grupo les ha pasado la portada para enviar a fábrica desde fábrica se la devuelve porque bien no tienen las imágenes el formato o la calidad necesarios, el diseño está mal hecho y hay que arreglarlo para que se pueda reproducir en imprenta... Y entonces me piden ayuda para rematar el trabajo, corregir la maquetación y poner márgenes... correcciones al fin y al cabo. Hay quien cree que con Photoshop se puede hacer de todo incluido meter textos... y no es así.

---

### **ENTREVISTA 13**

Víctor Martínez Agüera es un diseñador gráfico asturiano muy vinculado con el mundo musical. Comenzó ilustrando maquetas de amigos que a su vez le pusieron en contacto con otros músicos y así, poco a poco fue recibiendo encargos para diseñar carpetas discográficas y merchandising de diversos grupos.

---

### **LUGAR**

- Comunidad Autónoma: Castilla-La Mancha
- Provincia: Guadalajara
- Concejo/condado: Azuqueca de Henares
- Ciudad/Pueblo: Azuqueca de Henares
- Fecha: 2013/06/23
- Hora: 10:30

---

### **INFORMANTE**

- Apellidos: Martínez Agüera
  - Nombre: Víctor
  - Apodo o nombre artístico: A veces utilizo mi segundo apellido, Agüera, pero no siempre
  - Lugar de nacimiento: Oviedo
  - Fecha de nacimiento: 09/08/1977
  - Lugar de residencia: Azuqueca de Henares
  - Edad: 35
  - Domicilio: C/ Romero, 5-3ºA
  - Profesión (1): Diseñador Gráfico
  - Profesión (2): Ilustrador
-

## **FORMACIÓN**

### **1. Formación académica:**

Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Ilustración.

### **2. Formación complementaria:**

Diseño Gráfico por Ordenador. Photoshop Avanzado. Diseño y Creación de Páginas Web.

## **INFLUENCIAS**

### **3. Influencias artísticas:**

En general, mucho del material publicado en las páginas del Cimoc, Totem, Comix Internacional, 1984, Zona 84, Metal Hurlant, Creepy, etc destacando autores como Moebius, Hugo Pratt, Richard Corben o Berni Wrightson. También el Art Nouveau, la cartelería psicodélica, las portadas heavys, Frank Frazetta, Alan Lee, la pintura del romanticismo, los prerrafaelistas.

### **4. Influencias musicales:**

Últimamente de todo, desde Robert Johnson a Slayer. Aunque tengo especial querencia por el heavy clásico, Maiden, Judas, etc

### **5. Obras de referencia en el diseño de portadas discográficas:**

Aunque no se refleje mucho en las portadas que he realizado hasta ahora, para mí siempre fueron muy importantes las realizadas por Derek Riggs para Iron Maiden en los años ochenta. De todas formas no controlo mucho de diseñadores de portadas, controlo de ilustradores en general.

## **EXPERIENCIA PREVIA**

### **6. Trabajos en otras disciplinas artísticas:**

Durante dos años fui dibujante para una empresa que se dedicaba a la impresión de diseños para cerámica y porcelana. Después, a lo largo de unos diez años, maqueté y diseñé para una agencia de comunicación. En el campo editorial diseñé e ilustré el primer volumen de *Recetas del Rock'n'Roll* de Sara Íñiguez para Ediciones Autor. También ilustré el segundo volumen pero no ha llegado a

publicarse. Además he realizado cartelería, camisetas, flyers, etc para algunos grupos además de las portadas de sus discos.

#### **7. Catálogo de obras discográficas:**

Voy a comentarte también las maquetas, porque de un modo u otro, cada obra me ha abierto las puertas para la siguiente: *Demos From Hell* (1999), *Ass Kickin' Motors* (2002) y *Faster, harder, deeper* (2007) de The Punishers (imagen No 167), *De la fama al puto arroyo* (2003) de Kie 13, *Cuatro Hombres Orgullosos* (2004) de Los Bruscos (imagen No 168), *Incarnatio* (2005) y *Slaves to the moon* (2007) de Amon Ra, *Empezar de cero* (2007) de Luz Oscura, *Soldados de madera* (2007) de El Secreto de Karnak, *Barbarroja* (2007) y *Rompiendo Cadenas* (2008) (imagen No 169) de Barbarroja, *Fuckland* (2008) de Fuckland, *Pantano* (2009), *Turns winter into spring* (2010) y *Brighter days will come* (2012) de The Pilgrim Rose, *Ladran, luego cabalgamos* (2011) de Bürdel King, Dro, *Bluesgenerated* (2013) de The Blues Generator y *La vida solucionada* (2013) de Pablo Moro.

### **CARRERA PROFESIONAL**

#### **ENCARGO**

#### **8. ¿Ejerce como *freelance* o trabaja en un departamento de diseño gráfico de una compañía discográfica?**

*Freelance*

#### **9. ¿Creó su/s obra/s para otro fin y el resultado en una portada de disco fue accidental?**

No, siempre las hago por encargo.

#### **10. En los encargos ¿se le presentan conceptos por parte de la banda o discográfica, o tiene libertad absoluta en el proceso creativo?**

Depende de cada caso. Personalmente prefiero que me acoten el terreno ya que en principio es la banda o la discográfica quien tiene que tener claro qué es lo que quiere transmitir con la portada, qué imagen quieren transmitir de su propuesta.

**11. ¿Son habituales reuniones previas y posteriores con el músico para tratar aspectos creativos?**

Si, al menos procuro mantener una reunión cara a cara para hablar del proyecto, aunque no siempre es posible por la distancia. Una vez enfocado el trabajo, presento uno o varios bocetos de las ideas que surjan o que hayamos hablado y si me dan el visto bueno me pongo con el arte final.

**12. ¿Se le facilita el material musical de la obra que se le encarga ilustrar?**

No siempre se me facilita la música que se va a publicar, pero suelo tener referencias bien sea de verles en directo, en el local o de trabajos anteriores. Siempre sé el terreno musical en que se mueven.

**13. ¿Se plantea que una mala portada puede suponer el fracaso de un álbum o viceversa?**

De chaval compré discos sólo por la portada, sin tener ni idea del contenido, pero puede ser debido a una suerte de defecto profesional juvenil (risas). Tiempo atrás, la portada era el primer contacto que se tenía con la obra musical y podía de un modo u otro condicionar lo que esperabas de ese disco, sin embargo a día de hoy el contacto con la música y los grupos se produce de formas muy diversas. Sí que creo firmemente que una imagen bien trabajada y coherente tanto en la portada como en fotos promocionales, carteles de conciertos, etc., contribuye de forma positiva a la percepción que el público puede tener de un grupo. De todas formas si el contenido del disco no es bueno no lo salva ni la portada ni nadie.

**PROCESO CREATIVO**

**14. ¿Dentro de qué estilos se incluiría?**

No sé cómo definirlo, quizá ilustración figurativa.

**15. Enumeración de los procesos que forman parte de su proceso creativo (¿planificación, investigación, propuestas, realización, entrega?)**

No siempre el proceso es igual. A veces lo tienes todo tan claro que tiras para adelante sin preocuparte de nada y otras veces acabas mareado de propuestas y propuestas.

Preo bueno, más o menos el proceso es el siguiente: primero reunión con quienes se



responsabilicen de la toma de decisiones para marcar el camino a seguir, luego bocetos previos para ir acotando ideas. Se las presento a los responsables y si se deciden por una pues seguimos por ese camino. En ese punto ya realizo bocetos enfocados a la realización del arte final. Una vez me han aceptado este último boceto me pongo con el arte final. A lo largo del proceso les envío pruebas si lo veo necesario para resolver alguna cuestión. Una vez lo tengo se lo presento y si fuera pertinente hago las correcciones o ajustes necesarios.

**16. ¿Se centra en una disciplina artística a la hora de crear la obra o busca establecer una relación entre la obra visual y la sonora?**

Me considero ilustrador y lo que la gente conoce son mis ilustraciones por lo que raramente me van pedir algo que no sea una ilustración. Procuro, con mis herramientas, conocimientos y limitaciones que la imagen de portada ilustre el contenido del disco. De eso va la ilustración, de transformar conceptos, ideas, palabras o sonidos en imágenes.

**17. ¿Qué técnica/s emplea?**

Dibujo a lápiz, entinto con pluma, pincel o rotulador si el estilo lo pide y coloreo con Photoshop.

**18. ¿Qué herramientas de trabajo usa?**

Muy básicas. Lápiz, bloc de esbozo, rotuladores, pincel o pluma para el entintando, escáner y PC.

**19. ¿En qué formato trabaja habitualmente?**

Suelo trabajar pensando siempre en una posible edición en vinilo, 32x32 cm a 300 ppp.

**20. ¿Se mueve en un solo estilo/género/técnica (pintura-cómic-fotografía-óleo/guache/etc.) o se presta a la experimentación?**

No me suelo prestar a la experimentación pero sí procuro, y se percibe con el paso del tiempo, perfeccionar la técnica y el resultado. A pesar de utilizar medios informáticos pretendo que éstos no se noten, que el resultado sea lo más parecido posible a una ilustración tradicional, analógica (Risas).

## RESULTADOS

**21. ¿El resultado final se traduce en una sola obra o por el contrario presenta una serie de trabajos? ¿Los descartes suelen ser utilizados en los singles?**

Yo todavía no he logrado llegar al nivel de grupos o discográficas que editan singles como anticipo o apoyo a un LP. Tengo miedo de que ya se hayan extinguido.

**22. ¿Suele establecerse una relación de continuidad artística? es decir, cubierta y arte interior del disco, singles, cartelería promocional, carteles de gira, etc.**

Sí, me gusta que haya relación y coherencia entre todos los elementos que configuran un disco y todo el material promocional o de apoyo que se pueda editar.

## REFLEXIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

**23. Respecto a las tendencias artísticas aplicadas al diseño gráfico de las carpetas discográficas nacionales, ¿cree que muestran un estilo y evolución propios o ha ido variando pareja al resto del mundo?**

Creo que los estilos van variando parejos al resto del mundo o por lo menos se intenta. Al menos en el mundillo del rock que es lo más controlo. Otro problema es si el nivel va parejo al resto del mundo y ahí tengo que decir que no. No porque no se pueda crear yo, sino porque no se trabaja con presupuestos con los que se pueda competir con lo de afuera. Vamos, que no se cuenta ni se genera pasta con la que contar con buenos estudios y tiempo para las grabaciones, técnicos y productores, fotógrafos, diseñadores, ilustradores, etc.

**24. Tras setenta y cinco años de portadas discográficas ¿sigue existiendo originalidad?**

Originalidad no lo sé, buen hacer seguro que sí.

**25. ¿Cuál es su opinión sobre las portadas de discos españolas actuales?**

Como he dicho hay de todo. Bueno, malo, profesional, amateur. El gran problema seguirá siendo el que comentaba antes. En general, por lo menos al nivel que yo me muevo, no se genera dinero para cubrir los costes que supone contar con profesionales

que se encarguen de cada campo concreto en la realización y edición de la obra discográfica.

**26. El abandono de los formatos físicos por parte de la industria discográfica, ¿supondrá el fin de la portada de disco, o sobrevivirá trasladándose a los nuevos medios de los que harán uso los grupos para promocionarse? (diseño de sus páginas web, flyers promocionales, etc.).**

Existe una transformación, que no una desaparición. Cada vez que se presenta una obra nueva en el formato que sea viene acompañada o vestida por un diseño nuevo.

**27. ¿El resurgir del formato en vinilo ha supuesto un incremento en los encargos?**

Para mí no. Yo hago una portada, si la publican en vinilo, mejor, y si lo hacen en CD, digipack o casete es cosa de ellos, la adapto al formato que me pidan.

**28. ¿La facilidad de manejo de las nuevas tecnologías ha derivado en un aumento del intrusismo laboral?**

Si, en general en todo el ámbito del diseño. A mí me da igual la titulación, lo que no me da igual es que no se cumplan unos mínimos de profesionalidad y calidad. En general falta mucha cultura visual y todo lo que ello conlleva.

### V.3. Índice de imágenes.

---

1. **Julio Iglesias**-Gwendolyne (1970)
2. **Nino Bravo**-Mi tierra (1972)
3. **Loquillo**-Con elegancia (1998)
4. **Natalia**-No soy un ángel (2002)
5. **María del Monte**-Digan lo que digan (1998)
6. **Mikel Herzog**-La magia del amor (1996)
7. **Antonio Carmona**-Vengo venenoso (2006)
8. **El último de la fila**-Como la cabeza al sombrero (1988)
9. **Joaquín Sabina**-Mentiras piadosas (1990)
10. **Luis Eduardo Aute**-Albanta (1978)
11. **Nacho Cano**-Un mundo separado por el mismo dios (1994)
12. **Loquillo y Trogloditas**-Coleccionistas (1987)
13. **Bustamante**-Así soy yo (2003)
14. **Bustamante**-Al filo de la irrealidad (2007)
15. **Bustamante**-Pentimento (2006)
16. **Malú**-Esta vez (2001)
17. **Roser**-Desperté (2003)
18. **Beatriz Luengo**-Mi generación (2005)
19. **Los Mustang**-Interpretan a los Beatles (1991)
20. **Los Stop**-Yo te daré (1968)
21. **Tequila**-Rock and roll (1979)
22. **Loquillo y los Intocables**-Autopista (1981)
23. **Obús**-Poderoso como el trueno (1982)
24. **Los Sencillos**-Doctor Amor (2001)
25. **Piratas**-Respuestas (2003)
26. **Mikel Erentxun**-Náufragos (1992)
27. **El Arrebato**-A mí ná má (2004)
28. **Fito & Fitipaldis**-Lo más lejos a tu lado (2003)
29. **Pereza**-Animales (2005)
30. **Víctor Manuel**-Quiero abrazarte tanto (1970)
31. **Rosendo**-Veo, veo...mamoneo!! (2002)

32. **Pastora Soler**-Toda mi verdad (2007)
33. **Piratas**-Relax (2003)
34. **Piratas**-Dinero (2003)
35. **Barricada**-Acción directa (2000)
36. **21 Japonesas**-...Donde ríen los locos (1987)
37. **Los Rebeldes**-Cerveza, chicas...y rockabilly! (1981)
38. **Ketama**-Toma Ketama! (2000)
39. **Nino Bravo**-Puerta de amor (1970)
40. **Miguel Ríos**-Rock'n'Ríos (1982)
41. **David Bisbal**-Todo por ustedes (2005)
42. **Coque Malla**-Mujeres (2013)
43. **Callejones**-Cuando cojo ese tren (1990)
44. **Los Rebeldes**-Esto es rocanrol (1984)
45. **Los Locos**-Un zumbido de amor (1993)
46. **Fito & Fitipaldis**-A puerta cerrada (1998)
47. **El club de los chicos Champán**-Vol.4 (2012)
48. **Barón rojo**-20 más (2001)
49. **Módulos**-Plenitud (1972)
50. **Cecilia**-Un ramito de violetas (1975)
51. **Gato Pérez**-Sabor de barrio (1991)
52. **Triana**-El patio (1975)
53. **Triana**-El patio (arte completo) (1975)
54. **Barón rojo**-Obstinato (1989)
55. **Nacha pop**-Buena disposición (1982)
56. **Gabinete Caligari**-Al calor del amor en un bar (1985)
57. **Luar Na Lubre**-Cabo do mundo (1999)
58. **Los Suaves**-Malas noticias (1993)
59. **Rosendo**-Salud y buenos alimentos (2004)
60. **Avalanch**-El ángel caído (2001)
61. **Medina Azahara**-Paseando Por La Mezquita (1980)
62. **Tierra Santa**-Cuando la tierra toca el cielo (2001)
63. **Infamia**-Sueño o realidad (2008)
64. **Darksun**-El lado oscuro (2005)
65. **Warcry**-Revolución (2008)

66. **Lole y Manuel**-Pasaje del agua (arte completo) (1976)
67. **Luis Eduardo Aute**-Autorretratos (2003)
68. **Burning**-Atrapado en el amor (1981)
69. **Loquillo con la P.G. Orquesta**-Nueve tragos (1999)
70. **Mónica Naranjo**-Minage (2000)
71. **Rosendo**-Loco por incordiar (1985)
72. **Coque Malla**-La hora de los gigantes (2009)
73. **Burning**-Una noche sin ti (1998)
74. **Los Planetas**-Canciones para una orquesta química (1999)
75. **Ketama**-... Y es que me han cambiao los tiempos (1990)
76. **Gabinete Caligari**-Gabinetissimo (1995)
77. **El último de la fila**-Nuevo pequeño catálogo de seres y estares (1990)
78. **Héroes del silencio**-El espíritu del vino (1993)
79. **Daniel Higienico**-6.000 Millones (2010)
80. **Mocedades**-Desde que tú te has ido (1981)
81. **Revólver**-Revólver (1990)
82. **M-Clan**-Memorias de un espantapájaros (2008)
83. **Soziedad Alkoholika**-Tiempos Oscuros (2003)
84. **Los Piratas**-Los Piratas (1992)
85. **Loquillo y Trogloditas**-1978-1998 (1998)
86. **Los Suaves**-No puedo dejar el rock (2013)
87. **M-Clan**-Usar y tirar (1999)
88. **Cicatriz**-4 Años, 2 meses y 1 día (1991)
89. **Asfalto**-Corredor de fondo (1986)
90. **El último de la fila**-Enemigos de lo ajeno (1986)
91. **Ilegales**-Ilegales (1982)
92. **Kiko Veneno**-Dice la gente (2010)
93. **Aviador Dro**-Selector de frecuencias (1982)
94. **Albertucho**-Que se callen los profetas (2004)
95. **Pegasus**-Comunicació, comunicación, communication (1985)
96. **Lluís Llach**-Astres (1986)
97. **Barricada**-Rojo (1988)
98. **El aviador Dro**-Pretérito perfecto (1983)

99. **El aviador Dro y sus obreros especializados**-Síntesis: la producción al poder (1983)
100. **Azul y negro**-La noche (1982)
101. **La oreja de Van Gogh**-Más guapa (2006)
102. **Rosana**-Luna nueva (1998)
103. **Maldita Nerea**-Fácil (2011)
104. **Gabinete Caligari**-Camino Soria (1987)
105. **Medina Azahara**-Caravana española (1985)
106. **Loquillo y Trogloditas**-Hombres (1991)
107. **Sr. Chinarro**-El mundo según (2006)
108. **Cubo de Rubik**
109. **Moncho Alpuente y los Kwai**-Souvenir (1980)
110. **Litografías de Andy Warhol**
111. **Siniestro total**-¿Cuándo se come aquí? (1982)
112. **Ilustración de los Hermanos Dalton**, personajes creados por el dibujante Morris
113. **Lendakaris muertos**-Se habla español (2006)
114. **Sex pistols-God save the Queen (1977)**
115. **Circodelia**-Lo trágico es magnético (2003)
116. **The Beatles**-Revolver (1966)
117. **Los Rebeldes**-Rebeldes con causa (1986)
118. **Cartelería cinematográfica de «Rebelde sin causa» (1955)**
119. **Café Quijano**-La extraordinaria paradoja del sonido Quijano (1999)
120. **Edurne**-Edurne (2006)
121. **Ska-P**-¡¡Que corra la voz!! (2002)
122. **Orquesta Mondragón**-Bon Voyage (1980)
123. **Asfalto**-Al otro lado (1978)
124. **Los Ronaldos**-Saca la lengua (1988)
125. **Los Salvajes**-Todo negro (1966)
126. **Olé olé**-Voy a mil (1984)
127. **Las Grecas**-Gipsy rock (1974)
128. **Cánovas, Rodrigo, Adolfo y Guzmán**-Señora azul (1974)
129. **Carlos Núñez**-Todos os mundos (2002)
130. **Tontxu**-Contacto con la realidad (2004)
131. **Carlos Berlanga**-El ángel exterminador (1990)

132. **Héroes del silencio**-Senderos de traición (1990)
133. **Nacho Cano**-El lado femenino (1996)
134. **Barricada**-Bésame... (2002)
135. **Loquillo y Trogloditas**-Chanel, cocaína y don Perignon (1985)
136. **Azul y negro**-Suspense (1984)
137. **21 Japonesas**-Fuego dulce (1994)
138. **Medina Azahara**-Andalucía (1982)
139. **Olé olé**-Los caballeros las prefieren rubias (1987)
140. **Queen Bitch**-Come hell or high water (Frontal) (2012)
141. **Queen Bitch**-Come hell or high water (Detalle del interior) (2012)
142. **The Amateurs**-Los clubs han cerrado (1989)
143. **Salamandras**-Carretera desconocida (2007)
144. **Salamandras**-Anda suelto el Rock and Roll (2009)
145. **Salamandras**-Una noche de concierto (2012)
146. **Nacho Vegas**-La noche sucia (2011)
147. La noche sucia (Lienzo original)
148. **Scopitones**-Polvo de estrellas (2013)
149. **La Frontera**-Tren de medianoche (1988)
150. **Los Vengadores**-El regreso de tus superhéroes (1994)
151. **The Flystones**-No es país para sobrios (2012)
152. **Sabor García**-Cuatro canciones de amor y esperanza (2009)
153. **Disco benéfico**-Canción para un niño de la calle (2009)
154. **Melange**-Melange (2010)
155. **Doctor Explosion**-Hablaban con frases hechas (2001)
156. **Senogul**-Senogul (2007)
157. **Senogul**-Senogul III (2001)
158. **Teo Serrano**-El derecho a ser diferente (1998)
159. **Teorema**-(Soy eres mi tú) Reflejo en el espejo (2012)
160. **Medina Azahara**-La memoria perdida (2012)
161. **Obús**-De Madrid al infierno (2012)
162. **Obús**-Cállate! (2010)
163. **Asfalto**-Utopía (2008)
164. **Sound of silence**-La casa de los lamentos (2007)
165. **Crudo**-Cicatrices (2012)



166. **Puh-Pila**-Hecho a mano (2012)
167. **The Punishers**-Faster, harder, deeper (2007)
168. **Los Bruscos**-Cuatro hombres orgullosos (2004)
169. **Barbarroja**-Rompiendo cadenas (2008)

#### V.4. Ejemplos de imágenes de los recursos reconocidos en este trabajo.

Imagen 1

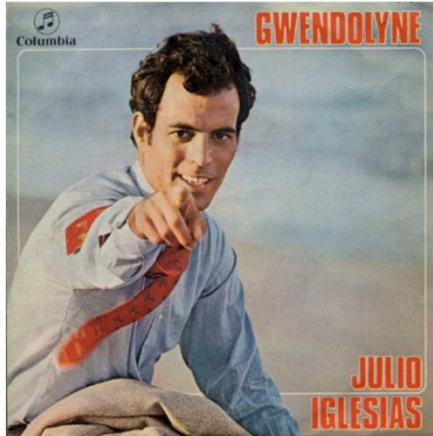


Imagen 2

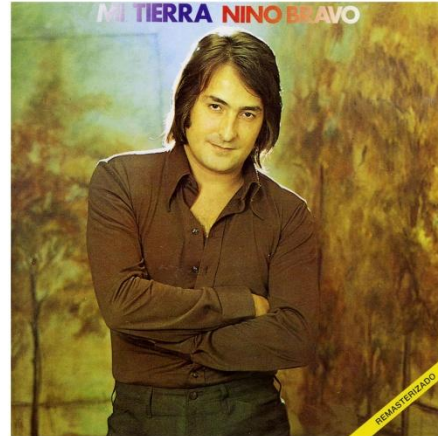


Imagen 3

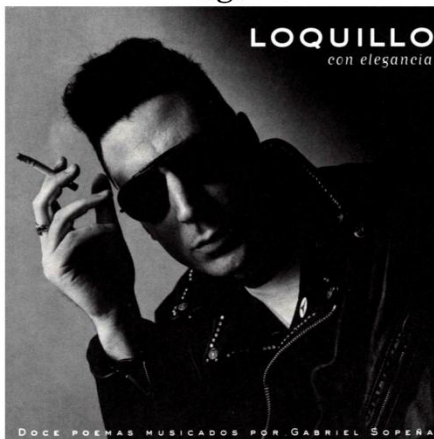


Imagen 4

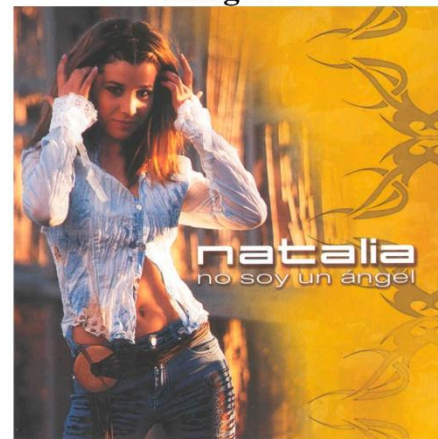


Imagen 5

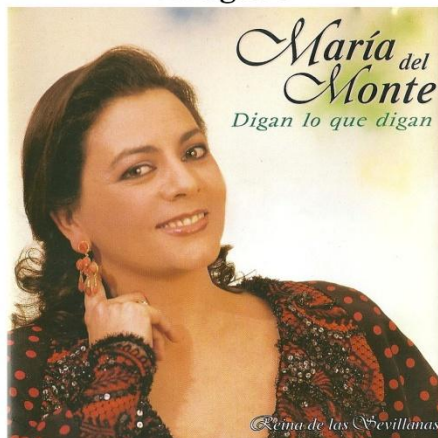


Imagen 6

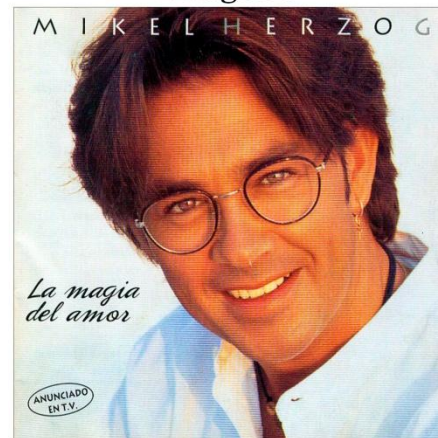


Imagen 7

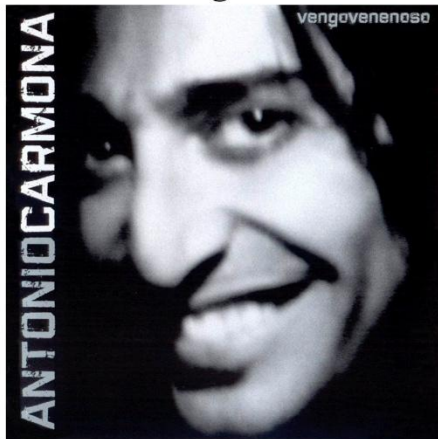


Imagen 8



Imagen 9

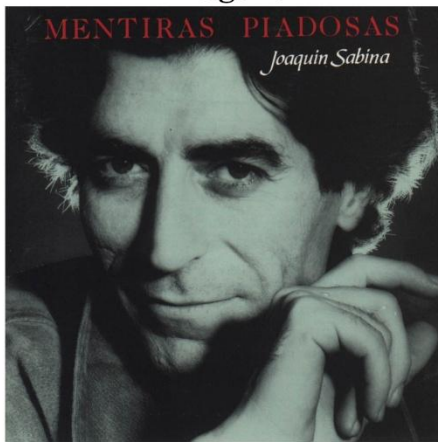


Imagen 10

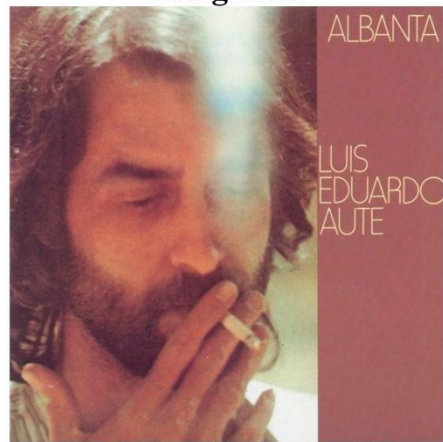
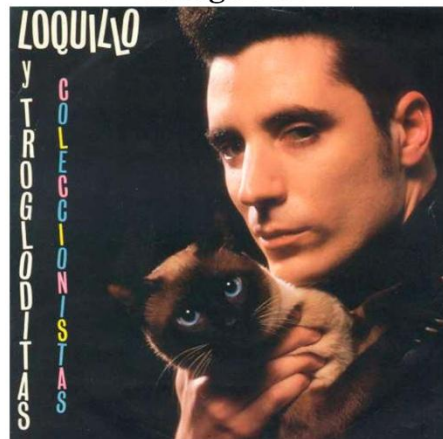


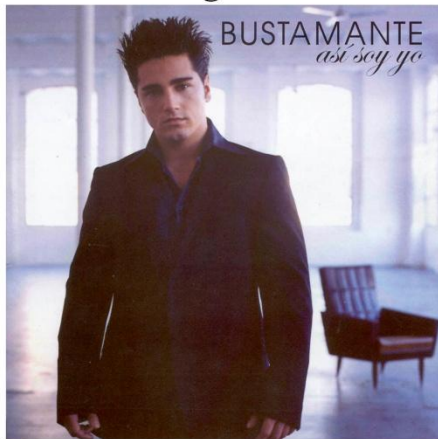
Imagen 11



Imagen 12



**Imagen 13**



**Imagen 14**



**Imagen 15**



**Imagen 16**



**Imagen 17**



**Imagen 18**



Imagen 19



Imagen 20

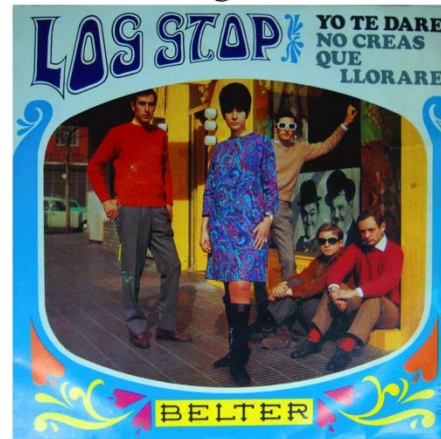


Imagen 21

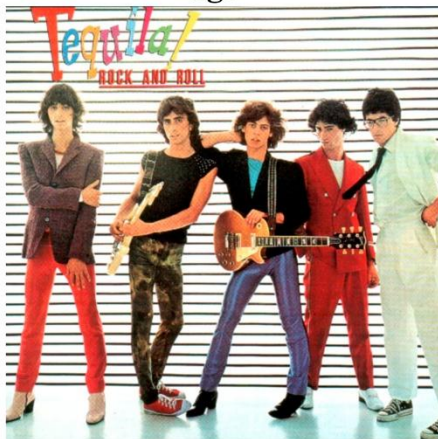


Imagen 22



Imagen 23

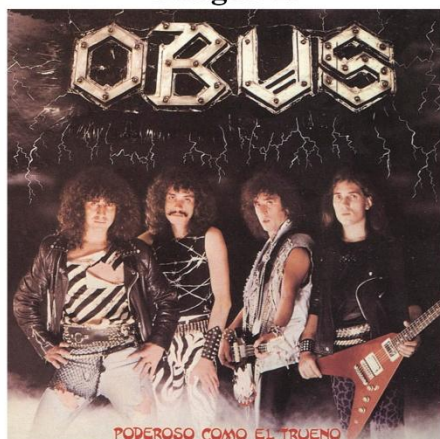


Imagen 24



Imagen 25



Imagen 26

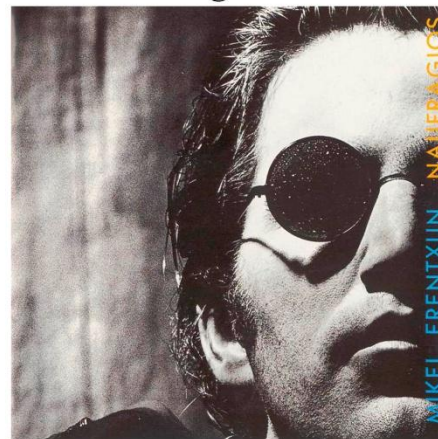


Imagen 27



Imagen 28

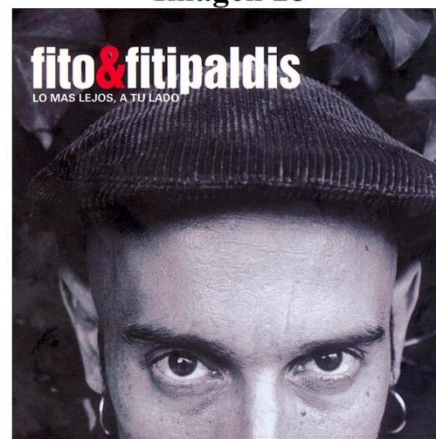


Imagen29

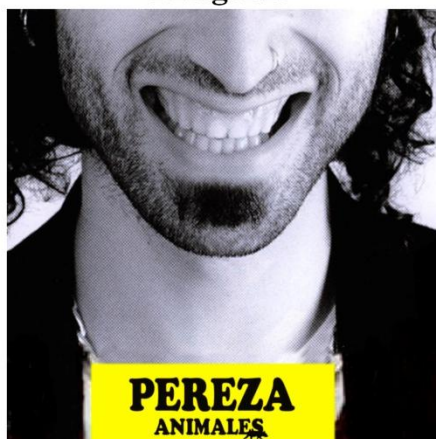


Imagen 30

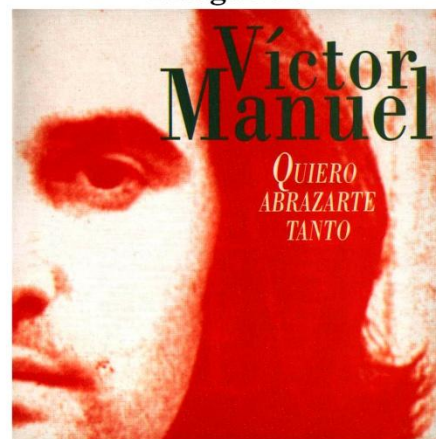


Imagen 31

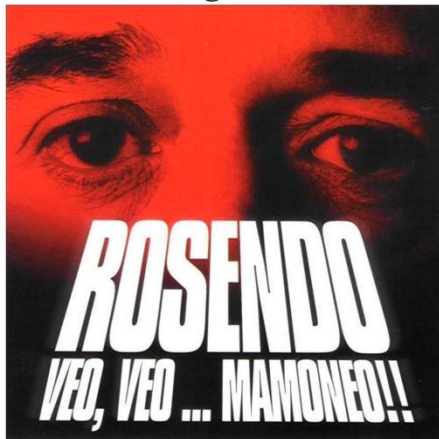


Imagen 32



Imagen 33



Imagen 34

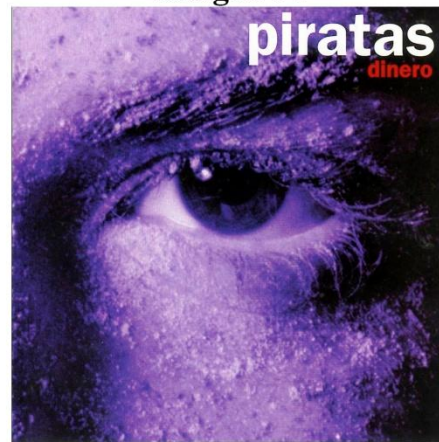


Imagen 35



Imagen 36

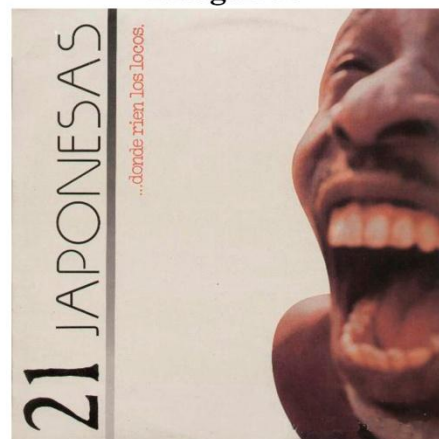


Imagen 37

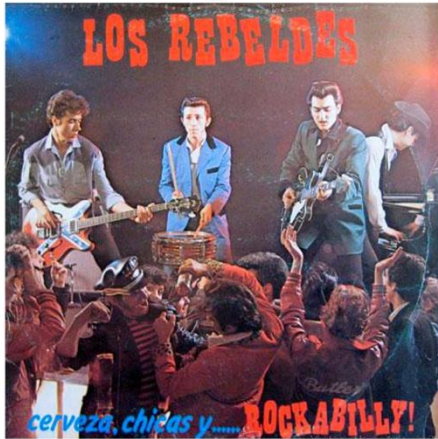


Imagen 38



Imagen 39



Imagen 40

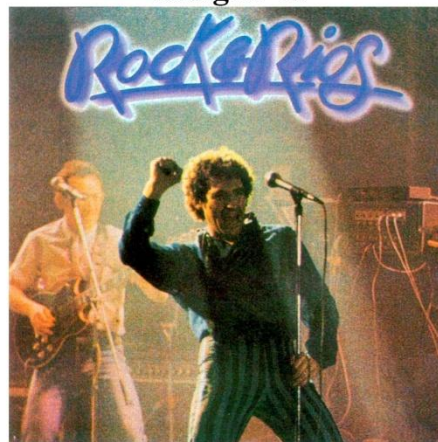


Imagen 41

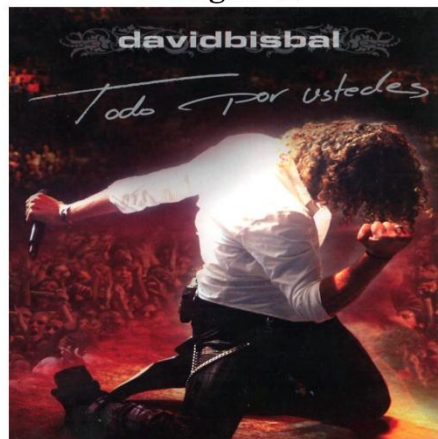


Imagen 42

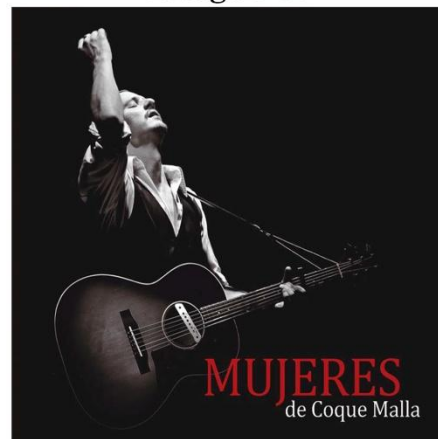




Imagen 43

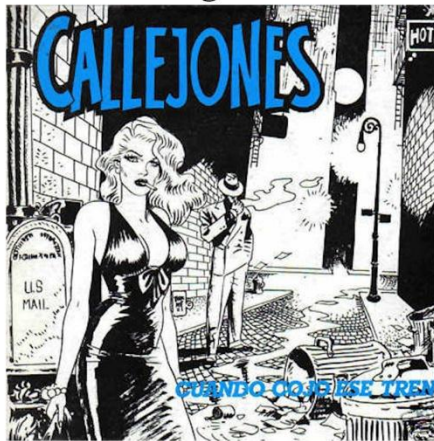


Imagen 44

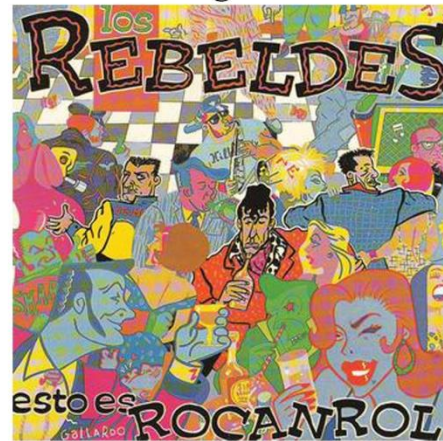


Imagen 45



Imagen 46

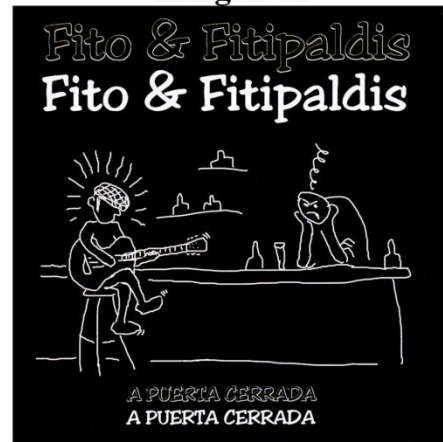


Imagen 47

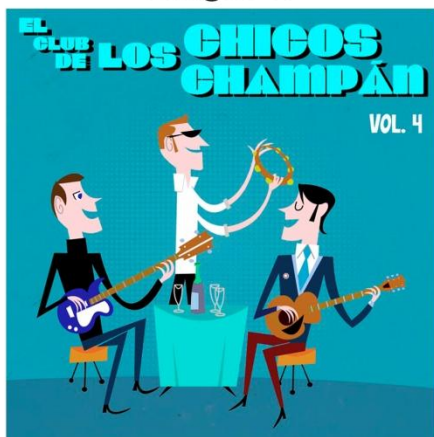


Imagen 48

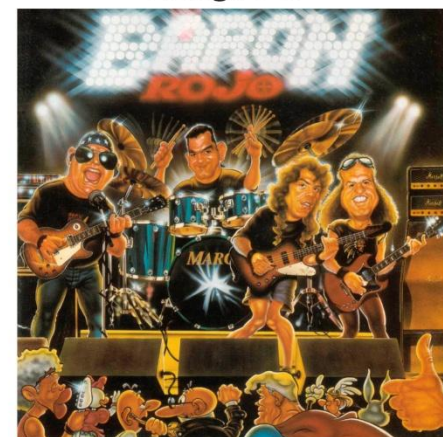


Imagen 49



Imagen 50



Imagen 51

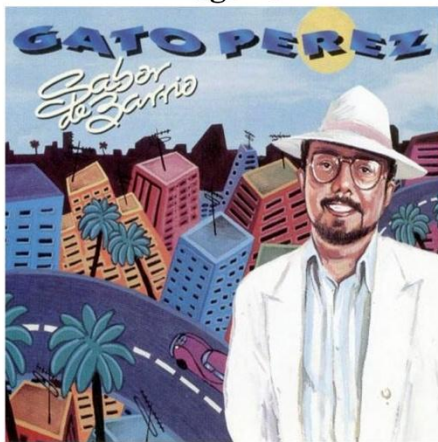


Imagen 52

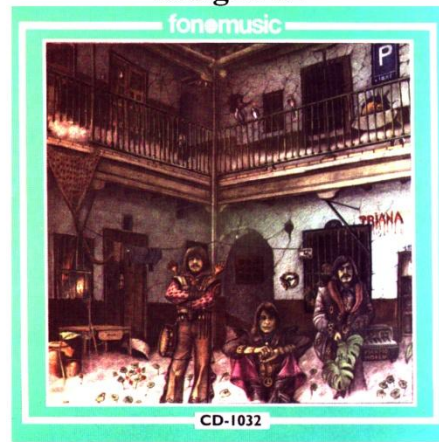


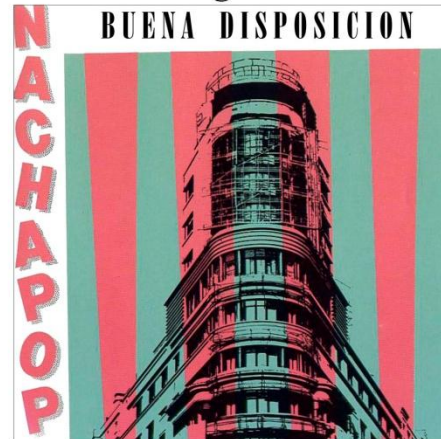
Imagen 53



**Imagen 54**



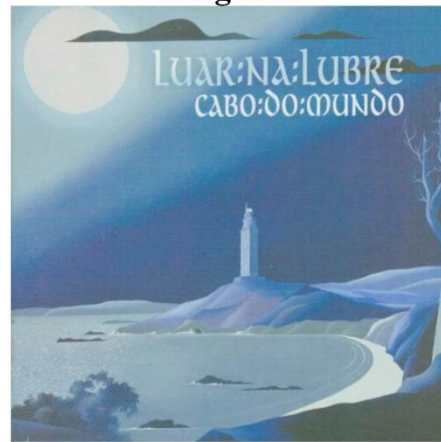
**Imagen 55**



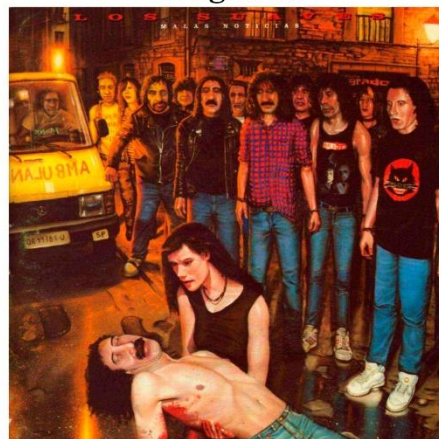
**Imagen 56**



**Imagen 57**



**Imagen 58**



**Imagen 59**

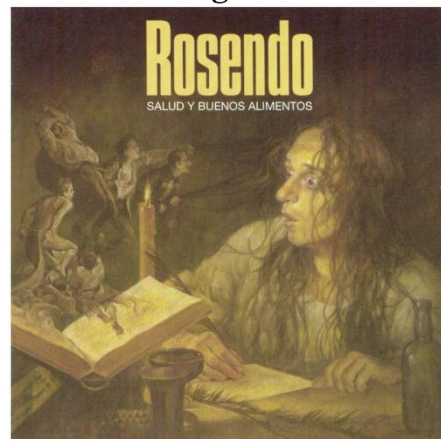


Imagen 60



Imagen 61

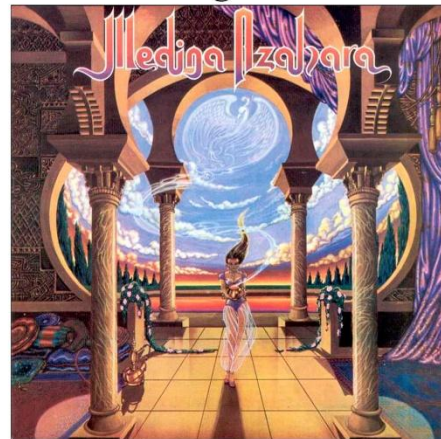


Imagen 62

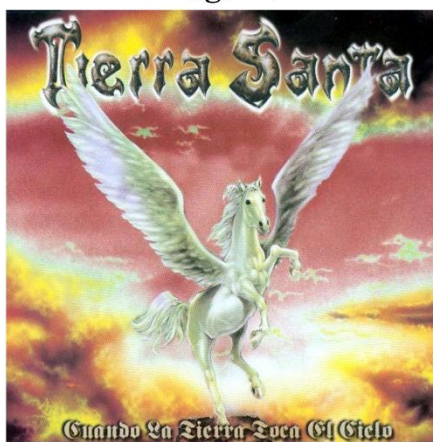


Imagen 63

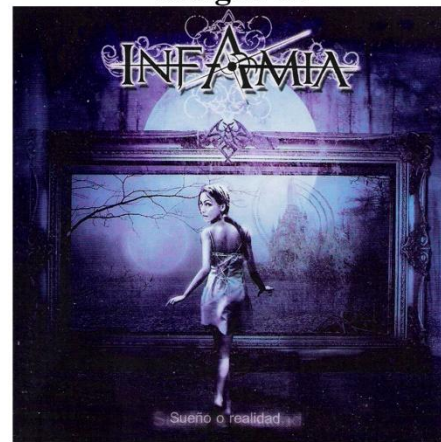


Imagen 64



Imagen 65

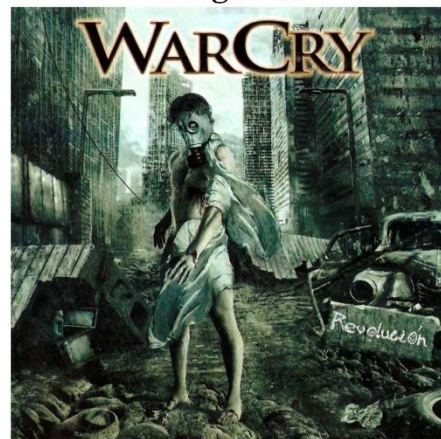


Imagen 66



Imagen 67

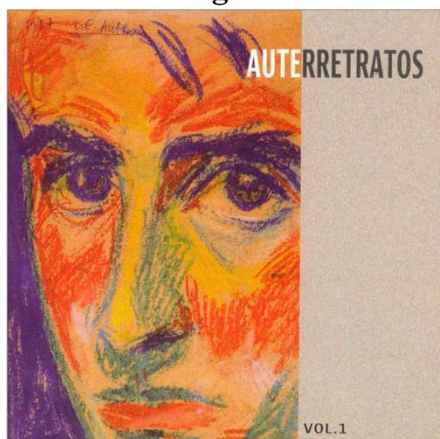


Imagen 68



Imagen 69

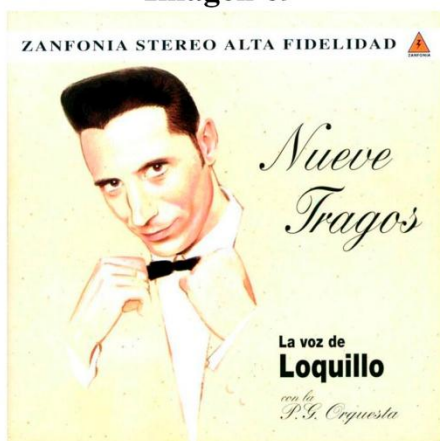
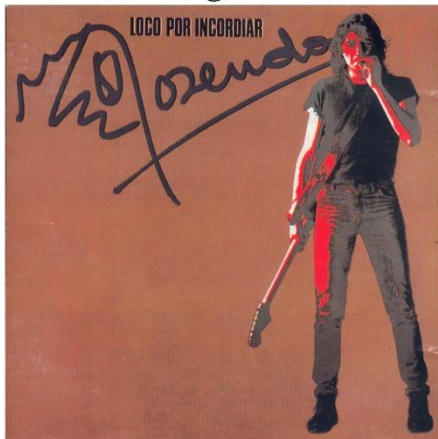


Imagen 70



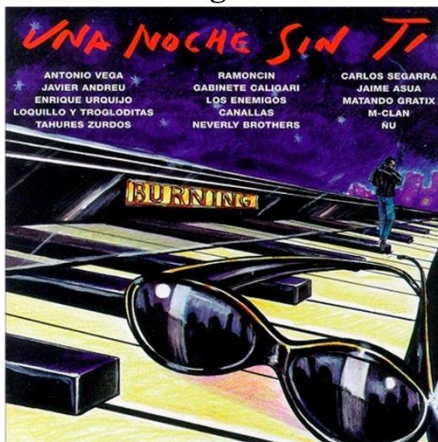
**Imagen 71**



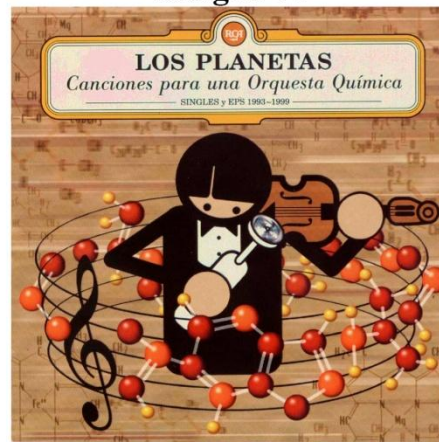
**Imagen 72**



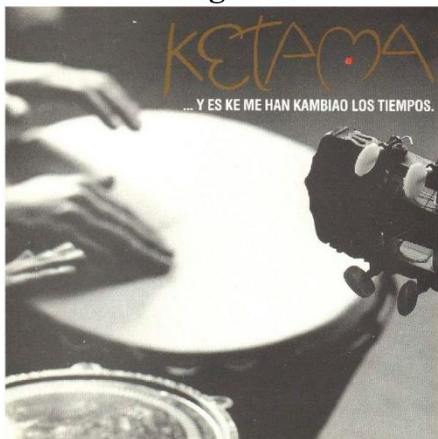
**Imagen 73**



**Imagen 74**



**Imagen 75**



**Imagen 76**



Imagen 77



Imagen 78



Imagen 79



Imagen 80

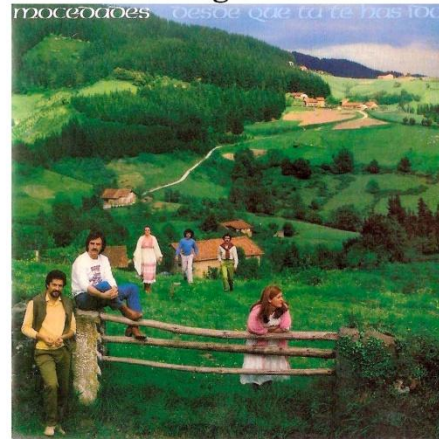


Imagen 81

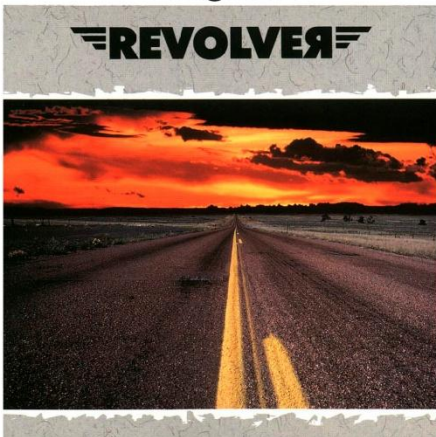


Imagen 82



Imagen 83



Imagen 84



Imagen 85



Imagen 86



Imagen 87



Imagen 88





Imagen 89



Imagen 90



Imagen 91

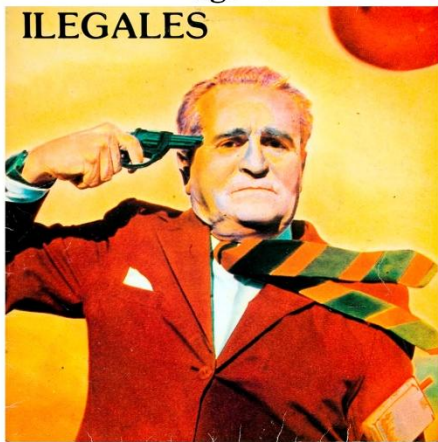


Imagen 92



Imagen 93

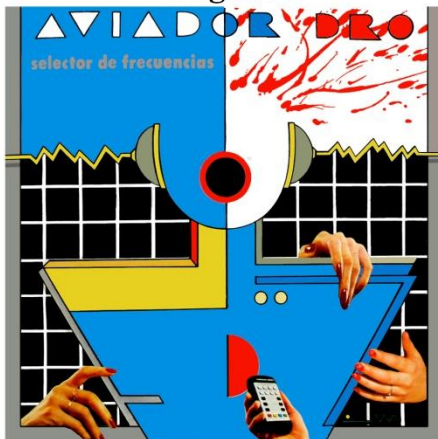
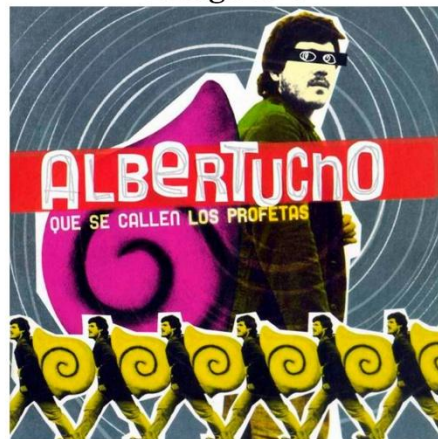


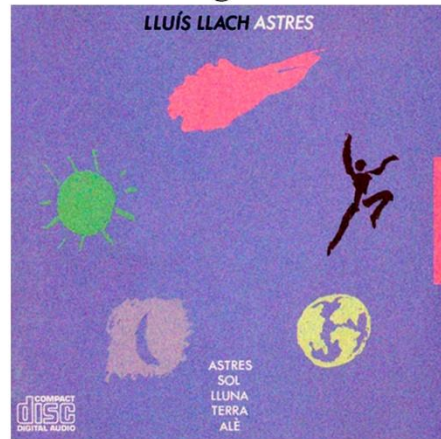
Imagen 94



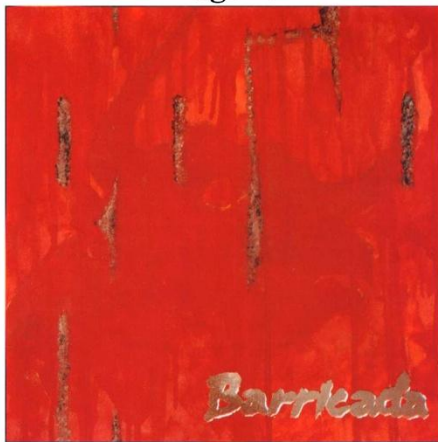
**Imagen 95**



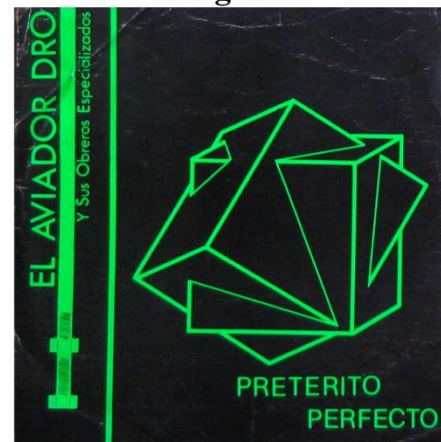
**Imagen 96**



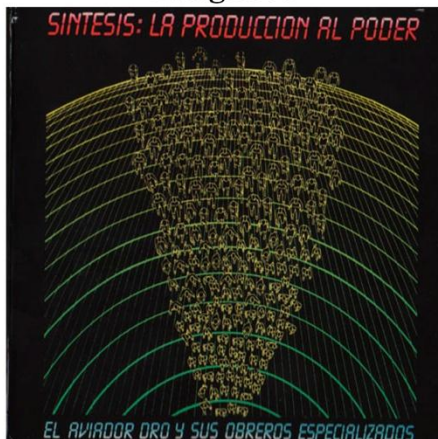
**Imagen 97**



**Imagen 98**



**Imagen 99**



**Imagen 100**

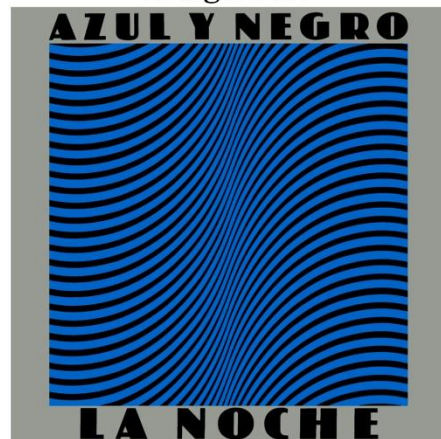


Imagen 101

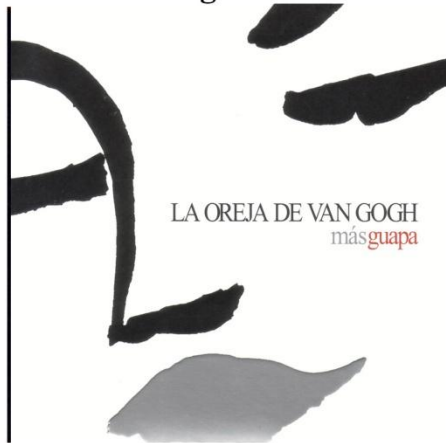


Imagen 102



Imagen 103



Imagen 104

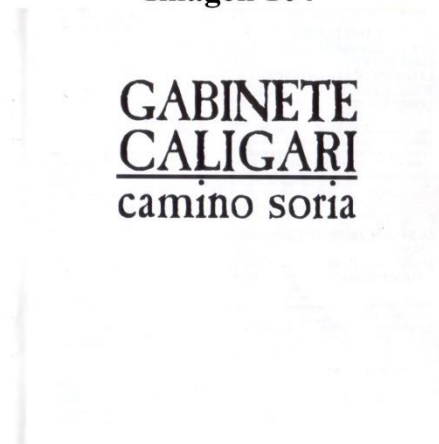


Imagen 105



Imagen 106

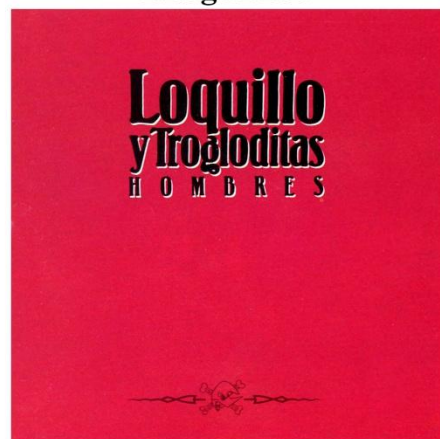


Imagen 107



Imagen 108

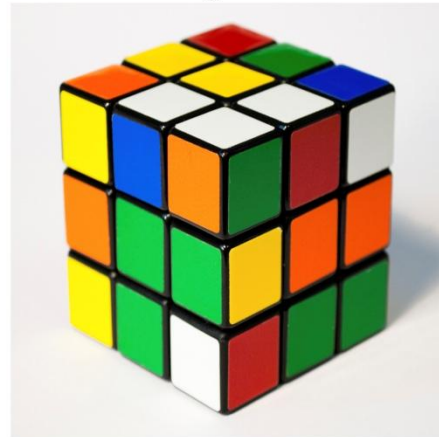


Imagen 109



Imagen 110



Imagen 111



Imagen 112



Imagen 113



Imagen 114



Imagen 115

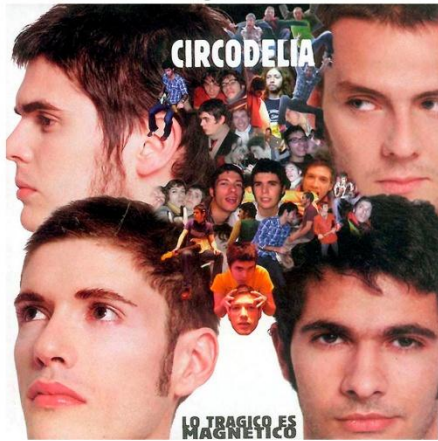


Imagen 116

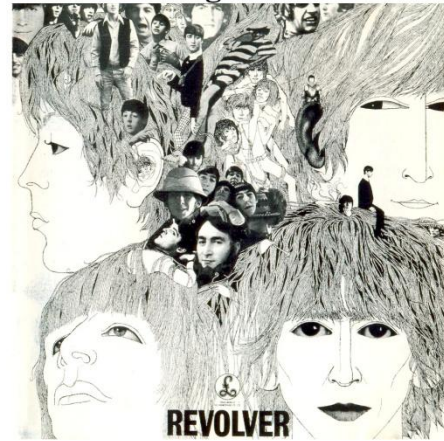


Imagen 117

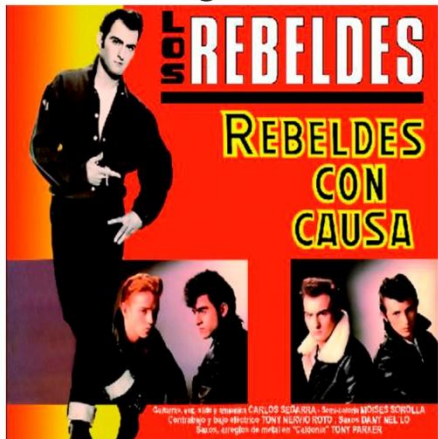


Imagen 118



Imagen 119



Imagen 120

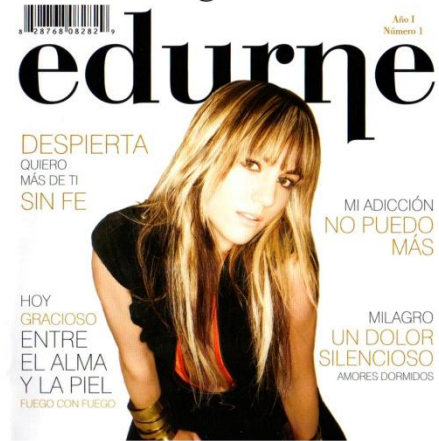


Imagen 121



Imagen 122



Imagen 123



Imagen 124

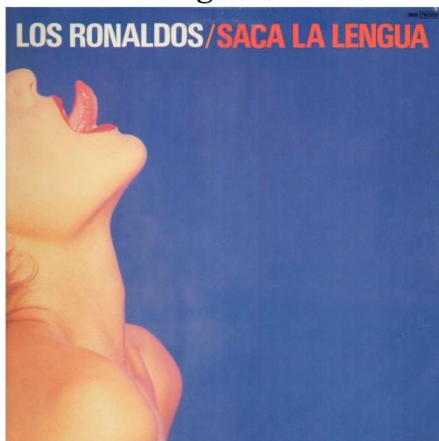


Imagen 125



Imagen 126



Imagen 127



Imagen 128

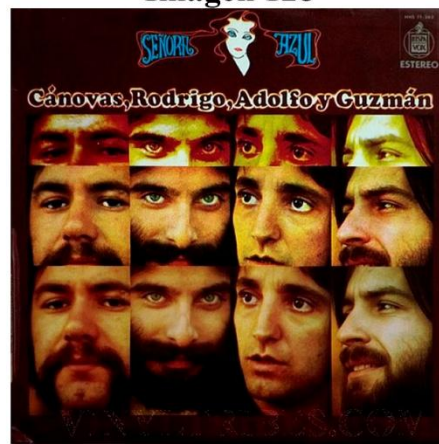


Imagen 129



Imagen 130



V.5. Ejemplos de lectura de imagen.

Imagen 131

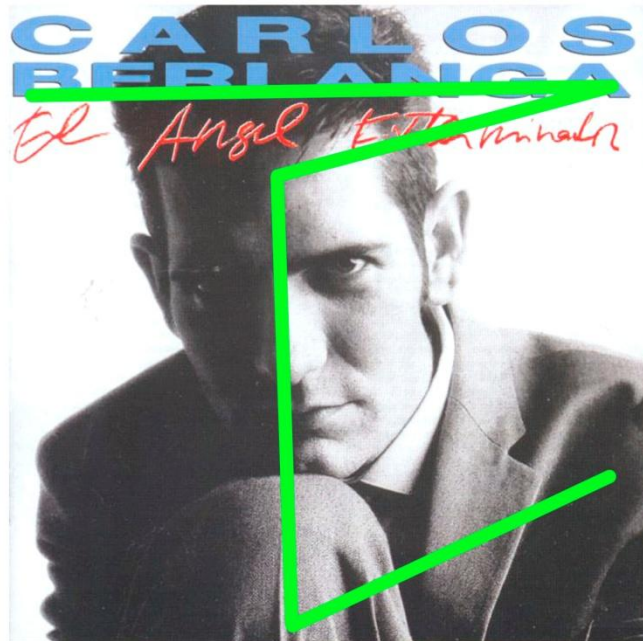




Imagen 132



Imagen133



Imagen 134

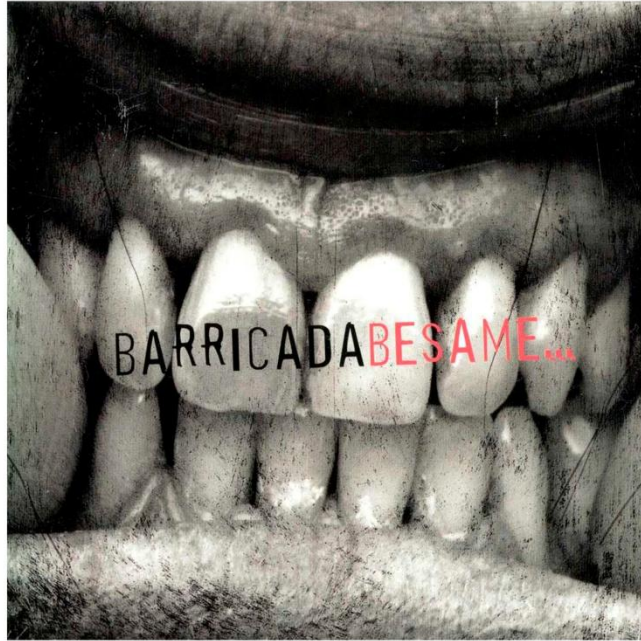


Imagen 135

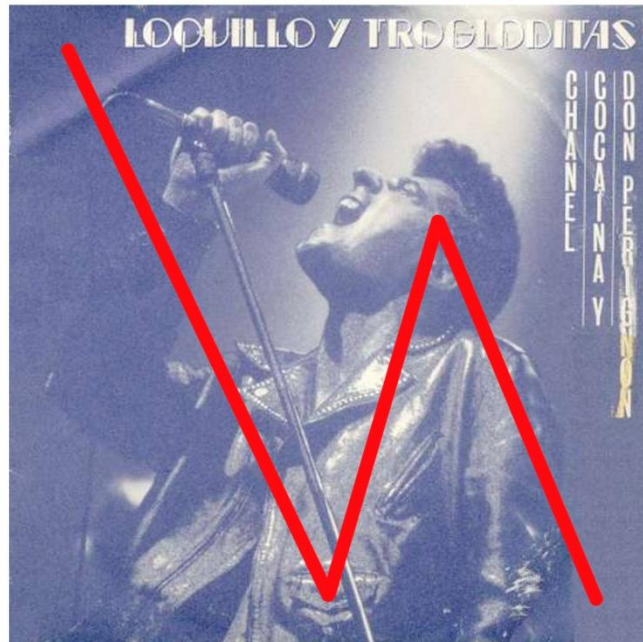


Imagen 136



Imagen 137

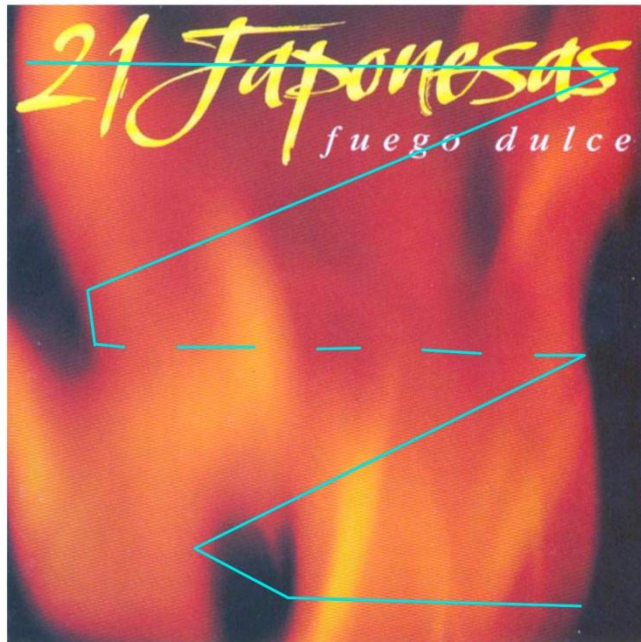
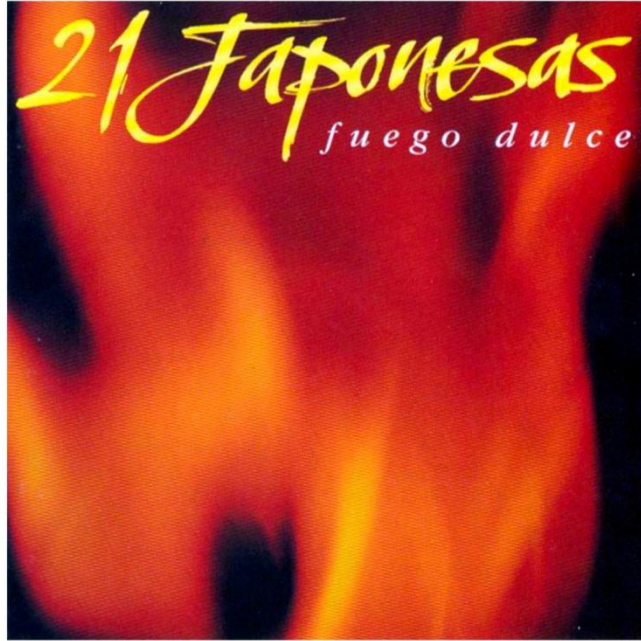


Imagen 138

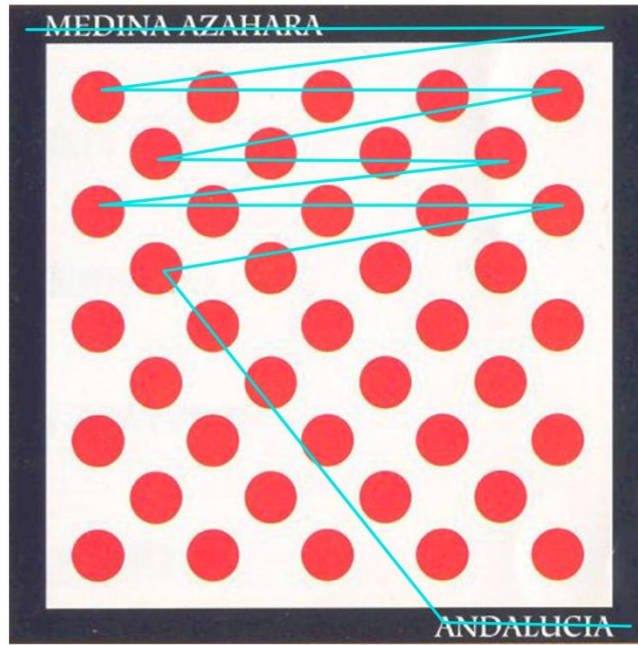
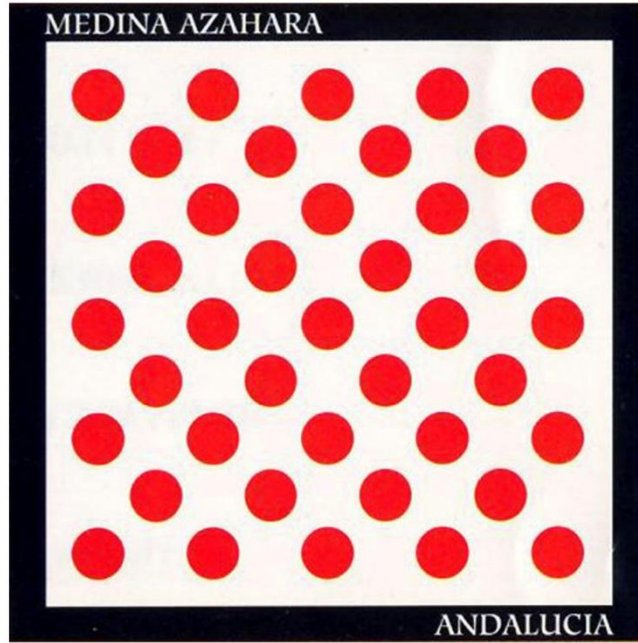


Imagen 139





## V.6. Trabajos realizados por los entrevistados.

Imagen 140



Imagen 141



Imagen 142

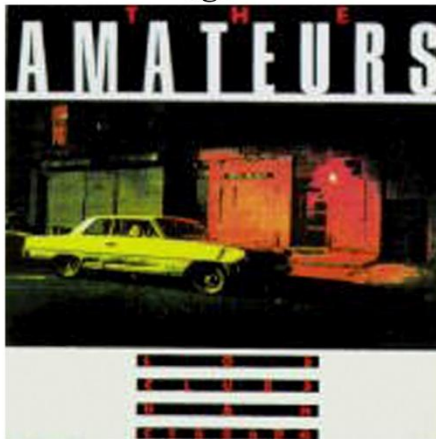


Imagen 143

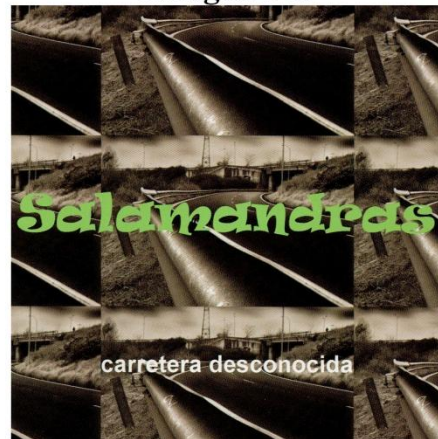


Imagen 144

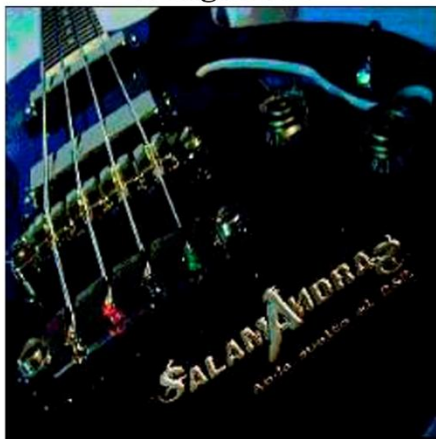


Imagen 145

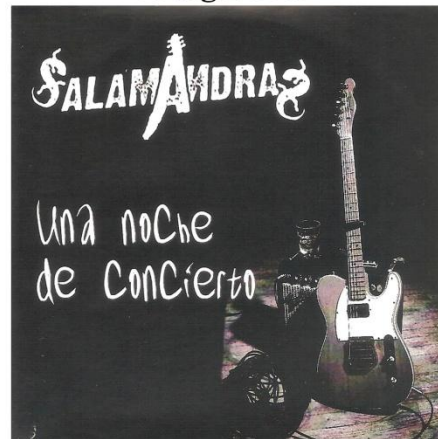


Imagen 146



Imagen 147

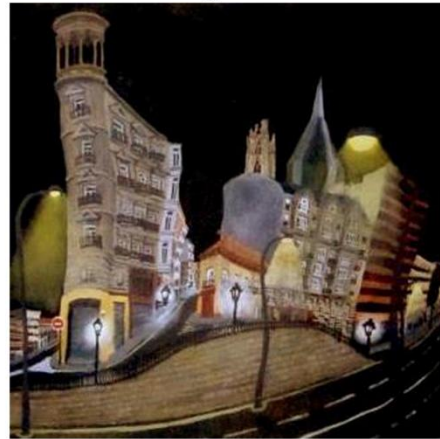


Imagen 148

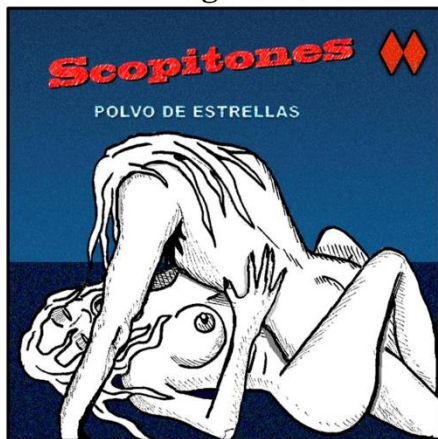


Imagen 149

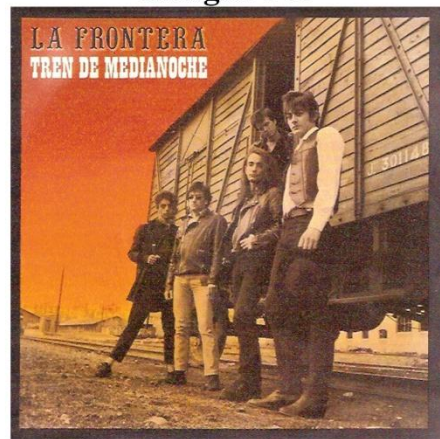


Imagen 150

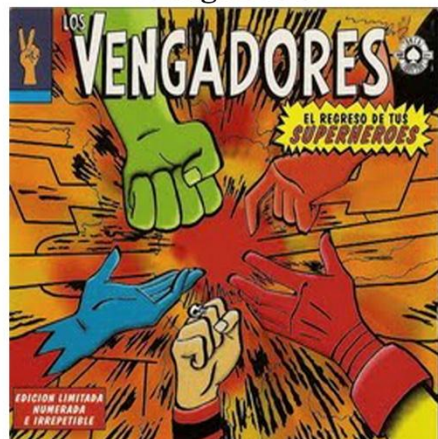


Imagen 151

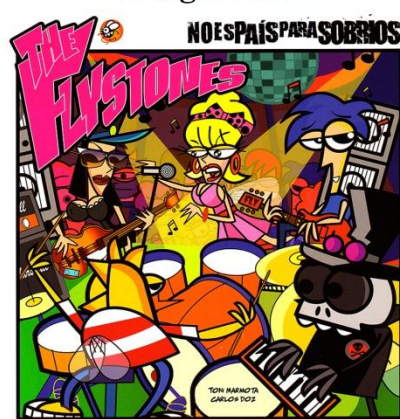


Imagen 152



Imagen 153



Imagen 154

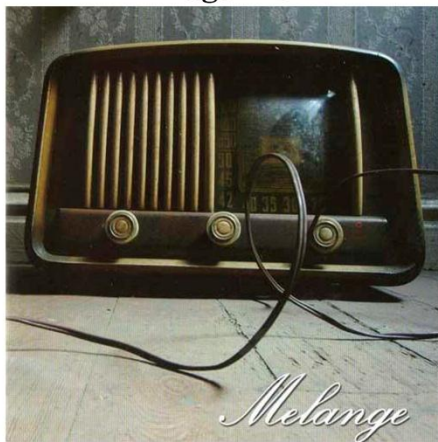


Imagen 155



Imagen 156

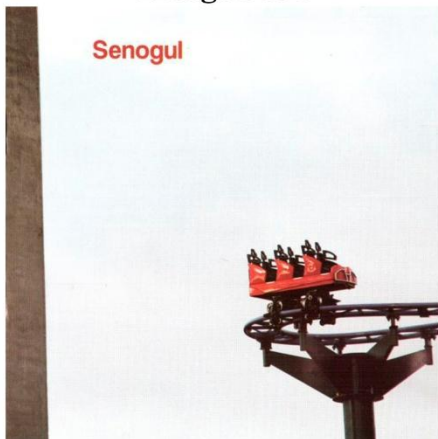


Imagen 157

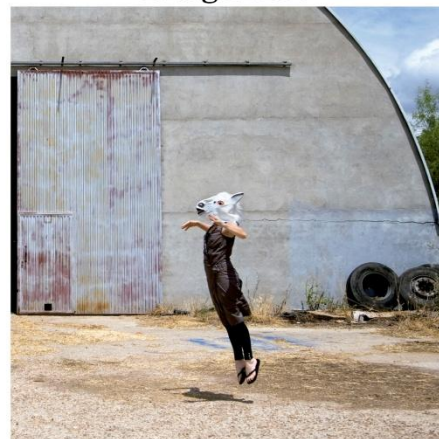


Imagen 158

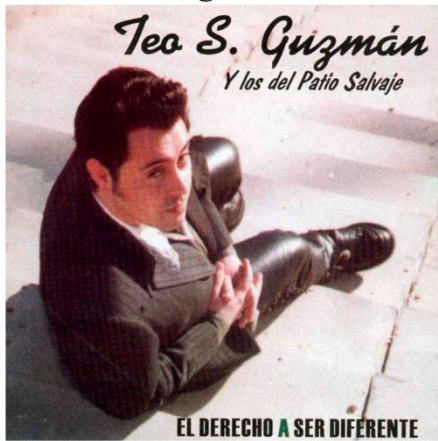


Imagen 159

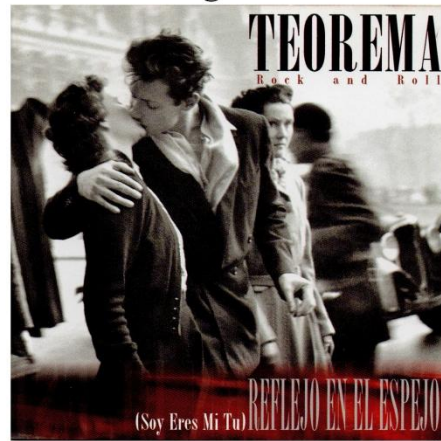


Imagen 160

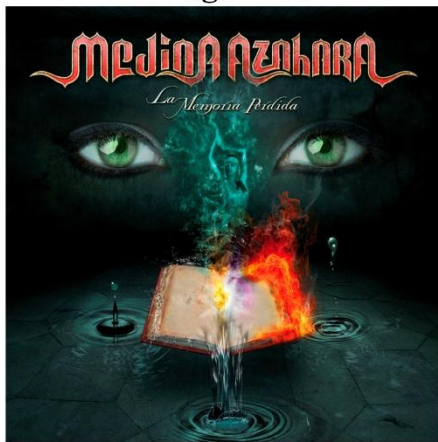


Imagen 161



Imagen 162

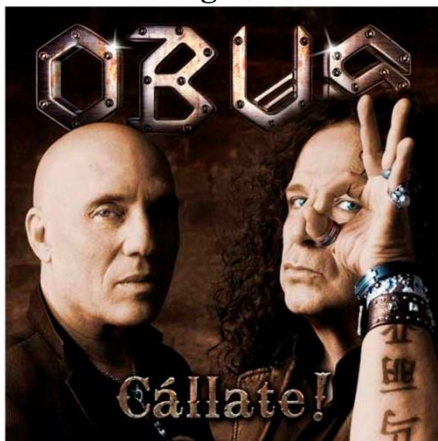


Imagen 163

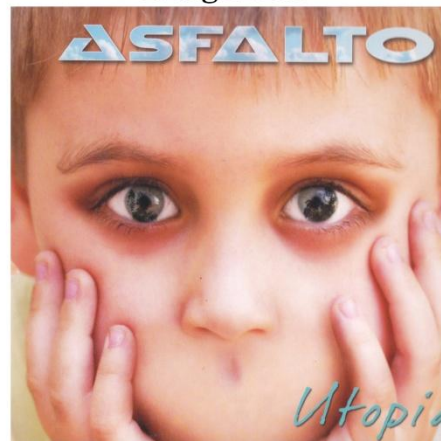


Imagen 164

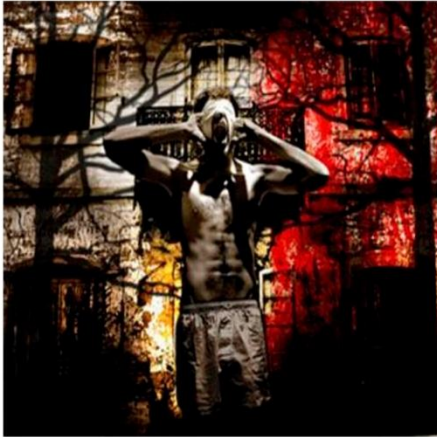


Imagen 165



Imagen 166

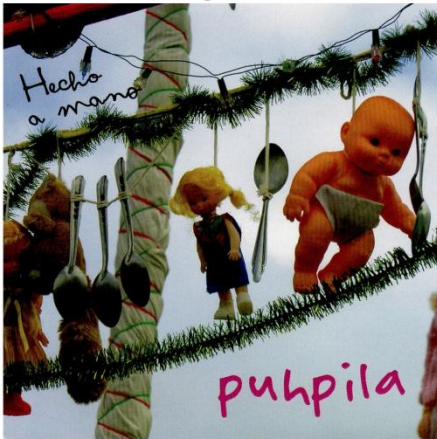


Imagen 167

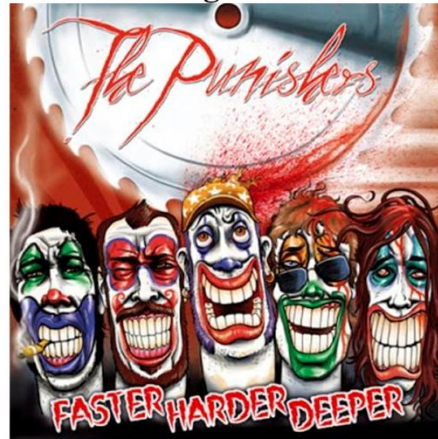


Imagen 168



Imagen 169

