
Construcción poética estricta en el diseño editorial de cubiertas

Strictly Poetical Construction in the Design of Magazine Covers

Hernando Gómez Gómez

Universidad Europea de Madrid (España)

El diseño editorial de nueva generación se comporta del mismo modo que hace veinte años, posee las mismas pretensiones e invita al lector a introducirse en sus páginas navegando a través de un formato agradable y atractivo. Los artistas se convierten en diseñadores de cubiertas y, por lo tanto, se ven en el compromiso de regalar su modo de concebir un espacio limitado por cuatro lados y donar la experiencia fugaz de placidez visual.

En este estudio se aborda la cercanía de estos mensajes editoriales a las herramientas que el poeta cuenta para confeccionar sus poemas escritos. Es decir, a través del embellecimiento del lenguaje (figuras retóricas) se va a conseguir ofrecer un diseño de cubiertas o portadas de revistas/libros más atractivo y sin olvidar su fin último; persuadir para consumir visualmente. A través de un método científico específico se vinculará el lenguaje, las palabras con los recursos estilísticos. Si estos se producen, entonces se establece como premisa

The new generation of editorial design behaves the same as that of 20 years ago, and it has the same ambitions, inviting the reader to enter into the pages of the publication by browsing through a pleasant and attractive format. Artists become cover designers and, therefore, commit themselves to confining their creative process to a limited space and granting the fleeting experience of visual placidity.

This study addresses the similarity of these published messages to the tools which are used by poets in their written works. That is, through the beautification of language (rhetorical devices), a more attractive cover design of magazines/books will be achieved without forgetting their ultimate goal: encouraging visual consumption.

Through a specific scientific method, the language and words used will be linked to stylistic resources. The premise is that if this occurs, then the result will be poetic. However, it must not be forgotten that the words must be trans-

que el resultado va a ser siempre poético. Sin embargo, no se debe olvidar que las palabras esta vez van a tener que convertirse en las imágenes, en las tipografías y en los elementos que el diseñador gráfico va a utilizar en aras de conseguir su ejecución poética.

Palabras clave: diseño gráfico, cubiertas, figuras retóricas, poesía.

lated into the images, fonts and other elements used by the graphic designer in order to achieve this poetic execution.

Key words: graphic design, magazine covers, rhetorical devices, poetry.

Las imágenes pertenecientes a cierta cultura que hoy representan a una sociedad cualquiera, insertada en un mundo globalizado y dotado de esencias sociales, políticas y económicas, acreditan un verdadero carácter poético repleto de simbolismo. Poseen explicaciones implícitas de una sensibilidad arrolladora y excepcional, persiguen el reconocimiento en esferas intelectuales de enorme importancia o simplemente tratan de establecer una conexión mucho más próxima entre la imagen y el consumidor visual.

Sin ánimo de confundir al lector ni conformar estructuras o juegos dialécticos se está hablando de la *figura retórica* como recurso lingüístico de enorme importancia que ayuda a comprender el sentido mágico del discurso en la palabra o en cualquier dominio visual. El diseño editorial sufrió una enorme revolución en los sesenta y setenta con Daniel Gil (2005), ofreciendo una síntesis temática en tan solo un golpe de vista y que hoy es fácilmente reconocible también en la obra de Manuel Estrada (2003). Ambos diseñadores establecen una vinculación del concepto del libro con la cubierta o portada, resultando innegable la presencia poética que esta última suscita en el espectador.

Por lo tanto, se exige cierto énfasis en la fortaleza e impacto tan inmediato que determinadas imágenes, ligadas con las artes visuales, poseen de modo intrínseco. Durante el propio alumbramiento de la obra diseñada y, concretamente, desde que la imagen trabaja en nombre del arte, la figura literaria no se vislumbra como una entidad independiente, sino más bien como resultado de las estructuras precedentes de gran simplicidad. Estas son necesarias para la construcción del lenguaje y conforman entidades como el monema, morfema y ya como unidad mucho más firme la palabra.

Algunas de las referencias imprescindibles del diseño pueden vislumbrar la tendencia poética, la brillante praxis del sistema y la excelente ejecución que permiten consagrar al diseñador en esferas artísticas, sin lugar a duda. Milton Glaser es uno de los diseñadores más prestigiosos y carismáticos, en quien el matiz sorpresivo de su obra jamás se obvia y siempre transgrede.

Imagen izquierda: Glaser, M. (2016). "SVA Having Talent is Not Enough". 1977. School of Visual Arts. Disponible en: <<http://www.miltonglaser.com/store/c:posters/838/sva-having-talent-is-not-enough-1977>>. Consultado el 15 de marzo de 2016. Imagen central: Glaser, M. (2016). "The Southampton Writers Conference". 2006. Stony Brooks Southampton.



Disponible en: <<http://www.miltonglaser.com/store/c:posters/940/the-southampton-writers-conference-2006>>. Consultado el 15 de marzo de 2016. Imagen derecha: Glaser, M. (2016) "The Mask". 1984. Cooper Union, septiembre. Disponible en: <<http://www.miltonglaser.com/store/c:posters/922/the-mask-1984>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Mientras los diseños de David Carson son agresivos, tratan rock and roll y muestran aspectos retadores hacia el espectador, el estilo que adoptan Saul Bass o Paul Rand son mucho más eclécticos pero comportándose como grandes representantes de la gráfica.

Imagen izquierda: Carson, R. (1993). "Ray Gun". Octubre 1993. Disponible en: <<http://www.davidcarson-design.com/t/tag/raygun/>>. Consultado el 15 de marzo de 2016. Imagen central: Bass, S. (1993). "School of Visual Arts". 1993. Nueva York. Disponible en: <<http://www.saulbassposterarchive.com/gallery/publicationsephemera/>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.



Imagen derecha: Rand, P. (1942). "Apparel Arts". Febrero-junio. Disponible en: <[http://www.paul-rand.com/foundation/editorial/#prettyPhoto\[apparelArts\]/69/](http://www.paul-rand.com/foundation/editorial/#prettyPhoto[apparelArts]/69/)>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Este proyecto de investigación opta por el *adjetivo* como desencadenante de la producción de portadas. Se trata de un símbolo que precede a la capacidad analítica, que sirve como instrumento en la designación de la obra poética creadora y que estimula el intelecto para redefinir obras externas

Lo más interesante del adjetivo es su posición previa antes de arribar en la figura retórica y que finalmente concluirá su proceso en cierto contenido poético. En resumen: resulta inverosímil tropezar con poesía en el diseño gráfico si no existe la figura retórica, y mucho menos la creación de recursos estilísticos sin la presencia de adjetivos y demás estructuras gramaticales.

En primer lugar se centrarán todas las indagaciones en la imagen gráfica de la última década, para de este modo encontrar y determinar el componente poético (siempre que lo hubiese) oculto bajo una esfera retórica. Como si de un poema literario se tratase, se localizarán los recursos estilísticos tradicionalmente elaborados para la poesía escrita, además de adaptar visualmente el énfasis predeterminado con anterioridad por el artista creador de la imagen fotográfica. En segundo lugar, y convirtiéndose este en el pilar que sustentará la investigación, el autor de este trabajo se focalizará en la descripción adjetival o atributo delineado que propondrá el espectador, entendiendo esta como la visión más crítica del arte.

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El fin último de este ejercicio indagador es:

- Evidenciar la lógica lingüística que se vislumbra y concentra en los diseños de portadas gráficas de gran relevancia.
- Dejar patente que la poética visual presente en estas cubiertas garantiza mayor atractivo para el observador/consumidor de imágenes y, por lo tanto, se cree conveniente exponer el rasgo emocional y sensorial para, de este modo, poder entender su conexión del arte y beneficio.
- Ensalzar la importancia poética presente en cualquiera de los discursos susceptibles de ser observados, analizados y consumidos a través del sistema perceptivo.
- Materializar y sintetizar el *modus operandi* del diseñador gráfico para poder comprender el proceso de producción poética.

Con respecto a las hipótesis de partida:

- Hipótesis 1: Los diseños de portadas de revistas poseen un sistema coherente de signos visiblemente similares al sistema lingüístico y, por lo tanto, requieren de un conjunto de reglas y normas para un óptimo acto comunicativo.
- Hipótesis 2: El adjetivo será el desencadenante de la figura retórica y, por ello, si su presencia existe entonces el contenido poético es innegable.

METODOLOGÍA

A continuación, se va a especificar el método de trabajo que aquí se ha seguido, que dará explicación a la *identificación de las figuras retóricas* y, por lo tanto, a la evidencia poética.

Estudiando la base mínima de significación y abstrayéndola de su *ser natural* (la lengua), se produce una reflexión de ciertos elementos, relativos al modo de actuación que se origina en el *proceso creativo* y que acelerará muy pronto tanto la creación en sí misma como la capacidad de transmisión de información dirigida a los futuros creadores.

1. Adjetivo trasladable a la imagen
2. Ubicación *elemental* determinada para la obtención de la figura retórica
3. Defensa del recurso estilístico como paso previo al significado poético
4. Verificación del *adjetivo visual* como eslabón clave para la obtención poética y así conseguir la formalización de reglas precisas en aras de obtener cierta *gramática de producción artística* en el proceso que el diseñador realiza.
5. Arte y ciencia entendidos como *procedimiento lógico* cercano a las teorías matemáticas.

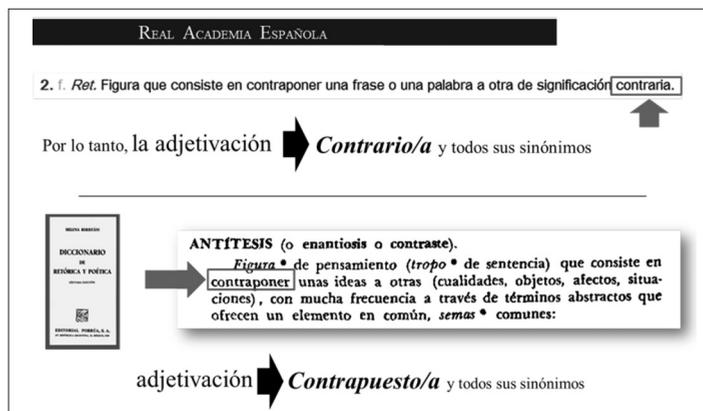
La metodología aplicada en el presente proyecto, primeramente, decidió establecer un generador de imágenes para extraer así un determinado discurso por cada sujeto. Consistió, sencillamente, en la proyección de imágenes premiadas en el certamen fotográfico PhotoEspaña.

Para esta primera fase se contó con la presencia de 79 sujetos. Todos ellos visualizaron una batería de 20 imágenes, pertenecientes a un mismo autor pero con la particularidad que las pares (2, 4, 6, 8...) se considerarían *sutilmente simbólicas* y las impares (1, 3, 5, 7...) *altamente simbólicas*. (Duración: 2 horas aprox.).

Se produjeron 79 análisis individuales de cada una de las 20 imágenes premiadas en el festival. Era importante contar con la literalidad de las respuestas, por ello, se vertieron los datos en el *software* ATLAS.ti (necesario para análisis de datos cualitativos de cada discurso y para crear operadores semánticos y de proximidad).

En la segunda fase, primeramente, se establecieron a través de ATLAS.ti unas categorías equivalentes a figuras retóricas en que cada una de ellas estaría vinculada a un adjetivo específico y todos sus sinónimos. Cada uno supondría una alusión directa a esa figura, es decir, si se apelase en el discurso a "exagerado" entonces se ligaría con el recurso estilístico *hipérbole*. El elenco contaba con 104 figuras retóricas distintas que se asociaban con adjetivos definidos. El procedimiento para establecer un fidedigno significado de la figura retórica y generar así el elenco de adjetivos + sus sinónimos fue de este modo:

Figura 1. Procedimiento de adjetivación



Fuente: elaboración propia.

Se tomó la definición de cada figura retórica de dos fuentes relevantes: Real Academia de la Lengua Española y el Diccionario de Retórica y Poética de Helena Beristain (1995). Una vez hallada, se localizarían las palabras que constituyeran el gran peso significativo y se transformarían en adjetivo (véase el ejemplo en la figura anterior).

La segunda fase, consistió en una proyección de portadas de revistas con gran diseño editorial. La *muestra* que observó ciertas portadas estuvo compuesta por profesores universitarios: el 10% de perfil profesional y el 90% doctores acreditados. Sus perfiles son heterogéneos pero interesantes para entender su perspectiva; filólogos, documentalistas, filósofos, lingüistas, artistas, periodistas y diseñadores de arte.

Se estableció una metodología combinada; *método científico* (técnicas empíricas), *método comparativo* (muestra con diversas realidades), *método cuantitativo* para la explicación numérica argumentativa y *método cualitativo* (teorías interpretativo-lingüísticas). Por lo tanto, dos enfoques; uno interpretativo y otro distributivo.

Es importante remarcar que con las cualitativas probablemente habría sido suficiente para encontrar esa aproximación o intuición que se pretendía, sin embargo, se tuvo en cuenta que ambos enfoques jamás debían ser excluyentes y sí convergentes. El entendimiento poético que las portadas de revistas exponen, seguramente, sería inabordable desde una cuantificación exclusiva de resultados obtenidos. No se concibe en este trabajo de indagación una interpretación fiable sin estimar la realidad social y su relación con el medio.

La esencia del proyecto no reside en los resultados y sí en la importancia del proceso. Se debe tener en cuenta que el fin de esta indagación es entender cómo construir espacios poéticos anticipándose, eso sí, al acto perceptivo del espectador/lector.

Las técnicas cuantitativas vertieron sus datos numéricos a través de las pruebas empíricas basadas en la contabilización de las figuras retóricas existentes, previamente vinculadas a los adjetivos de los discursos vertidos y en las dos fases del experimento.

El diseño de la investigación consistió en el análisis de cubiertas de cuatro grandes entidades que tradicionalmente han consolidado un diseño innovador; *Wallpaper*, *étapes*, y las tradicionales *Esquire* y *New York Times*. Todas ellas apuestan por una línea absolutamente personal y diferenciadora.

Una vez compiladas todas las imágenes que formarían parte del universo de estudio se procedió a un análisis de contenido en el que se vertieron datos en forma de *adjetivos*. Estos últimos fueron vinculados previamente a la tabla de conexión de figuras retóricas y adjetivos que fue propuesta en la tesis *El adjetivo visual. De la figura retórica al significado de la imagen fotográfica* (Gómez, 2014).

La tabla que se manejó contenía esta apariencia:

Figura 2. Conexión adjetivada del recurso estilístico

		CAV Hombres	CAV Mujeres	Publicidad Hombres	Publicidad Mujeres
		Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos
	Figura Retórica				
Sinónimos de las Figuras de Adición	Figuras de Adición				
Enumeración, relación, listado, cuenta, cómputo, recuento,...	Acumulación	1			
Exagerado, imposible	Adínaton			2	
Repetido, insistente, reiterado, redundante, insistido, frecuente	Aliteración		5		
Enumerado, relacionado, listado, catalogado, computado, inventariado	Amplificación	1			
Repetido, insistente, insistente, reiterado, redundante, insistido, frecuente	Anadiplosis		5		
Repetitivo, repetido, insistente, reiterado, redundante, insistido, frecuente+ continuado, seguido, proseguido, persistido, prolongado, prorrogado, permanecido, alargado, mantenido, reanudado	Anáfora		5		
Dual	Antanacalse	1			
Contradicción, incoherente, paradójico, ilógico, absurdo, disparatado, discordante	Antinomia	3			1
Oposición, contraposición, opuesto, contrario, antagónico, antitético, contradictorio, encontrado, enfrentado, incompatible, rival, adversario, enemigo	Antonimias	3	21		1
Contraposición, oposición, contrario, antagónico, antitético, contradictorio, encontrado, enfrentado, incompatible, rival, adversario, enemigo	Antítesis	4	20	6	2
Contraposición, oposición, contrario, antagónico, antitético, contradictorio, encontrado, enfrentado, incompatible, rival, adversario, enemigo	Antonimia	1	23		
Anticipado, adelantado, antepuesto, avanzado, distanciado	Catáfora		2	4	

	Publicidad y RR.PP Hombres + CAV	Publicidad y RR.PP Mujeres + CAV	BB.AA Hombres	BB.AA Mujeres	
	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	
Figura Retórica					Figura Retórica
Figuras de Adición					Figuras de Adición
Acumulación					Acumulación
Adínaton		2	6	19	Adínaton
Aliteración	2		2	19	Aliteración
Amplificación					Amplificación
Anadiplosis	2		2	19	Anadiplosis
Anáfora	2		2	19	Anáfora
Antanaclase	3				Antanaclase
Antinomia	8	1			Antinomia
Antonimias	8	18	19	14	Antonimias
Antítesis	14	18	19	14	Antítesis
Antonimia	10	17	19	14	Antonimia
Catáfora		1	1	4	Catáfora

		CAV	CAV	Publicidad	Publicidad
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
		Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos
Repetición, encadenado, reiteración, repetido, insistente, reiterado, redundante, insistido, frecuente	Concatenación		2		
Todas las referentes a juego de palabras, abreviado, acortado, resumido, sintetizado, sucinto, breve, corto, compendiado, condensado, reducido, simplificado	Crisis				
Repetido, enfatizado, insistente, reiterado, redundante, insistido, frecuente	Epanalepsis		7		
Reiteración, repetición, repetido, insistente, reiterado, redundante, insistido, frecuente	Epanadiplosis		5		
Reiterado, repetido, insistente, reiterado, redundante, insistido, frecuente	Epífora		5		
(Elemento) necesario, básico, esencial, útil, añadido	Epíteto	1	2	2	
Enumerado, contado, listado, expuesto, especificado, detallado, extraído	Enumeración	1	2		
Agrandado, aumentado, acrecentado, desarrollado, estirado, o los referentes al descenso, abreviado, mermado, menguado, rebajado, recortado, empequeñecido, debilitado	Gradación			1	1
Exagerado, abultado, engrandecido, extremado, desorbitado, encarecido, agigantado, extravagante	Hipérbole		6	1	
Exagerado, abultado, engrandecido, extremado, desorbitado, encarecido, agigantado, extravagante	Hiperoje		6	1	
Alargado, prolongado, distanciado, anticuado	Insistencia	1	6		1
Interrogado, preguntado, cuestionado	Interrogación Retórica				
Onomatopeicos, imitado, remedado, reproducido	Onomatopeya				
Paradójico, contrapuesto, opuesto	Oximorón				
Paradójico, absurdo	Paradoja		4		

	Publicidad y RR.PP Hombres + CAV	Publicidad y RR.PP Mujeres + CAV	BB.AA Hombres	BB.AA Mujeres	
	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	
Concatenación	2		2	19	Concatenación
Crisis					Crisis
Epanalepsis	5	4		19	Epanalepsis
Epanadiplosis	2	4	2	19	Epanadiplosis
Epífora	2	4	2	19	Epífora
Epíteto	1	3		16	Epíteto
Enumeración	1				Enumeración
Gradación		2	1		Gradación
Hipérbole		3	6	19	Hipérbole
Hiperoje		3	6	19	Hiperoje
Insistencia	2	7	6	12	Insistencia
Interrogación Retórica				2	Interrogación Retórica
Onomatopeya					Onomatopeya
Oximorón	1		19	12	Oximorón
Paradoja	1				Paradoja

		CAV	CAV	Publicidad	Publicidad
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
		Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos
Paralelo, comparado, conresponde- dido, equidistante, equivalente, semejante	Paralelismo		1		
Similar, parecido, análogo	Paronomasia		1		
Pausado, sosegado, calmoso, lento,...	Paréntesis	1			1
Redundante, reiterado, enfatizado	Pleonasmos	3	2		
Repetido, reiterado, insistente, redundante, insistido, frecuente	Polípote	2			
Anexado, unido, junto, yuxtapues- to, pegado, fusionado, acompa- ñado	Polisindetón	1	1		
Modificado, alterado, cambiado	Quiasmo				
Repetido, reiterado, insistente, redundante	Redoble	2	3		
Repetido (exacto), reiterado	Reduplicación	2	3		
Repetido, reiterado, insistente, redundante	Repetición dise- minada	2	3		
Modificado, alterado, cambiado	Retruécano				
Repetición total o repetición parcial	Rima		4		
Repetido, reiterado, insistente, redundante	Similidecadencia	2	4		
Repetición (al inicio y al final), rei- teración (con carácter de énfasis)	Simploque	2	4		

Fuente: (Gómez, 2014).¹

MARCO TEÓRICO

LA VERDAD POÉTICA

Comenzar refiriéndose al concepto que define una *realidad* sin realizar un paseo a lo largo de la historia del pensamiento, y de todos aquellos que se plantearon la posibilidad de su existencia, sería como establecer un postulado acerca de la poética de la imagen sin aludir a los creadores de la manifestación lingüística o retórica. Insertar un marco teórico a este respecto hace revisar las fórmulas que residieron y coexistieron con las grandes cuestiones del ser desde tiempos inmemoriales.

La idea que da nombre a la *verdad* ha estado siempre ligada a una serie de juicios que designaron este concepto o simplemente estuvieron vinculados al mismo; el primero se refiere al *productivo beneficio* que resultaba de su utilización y la refutación más absoluta al término contrario. La *congruencia* de quienes eran

	Publicidad y RR.PP Hombres + CAV	Publicidad y RR.PP Mujeres + CAV	BB.AA Hombres	BB.AA Mujeres	
	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	Adjetivos	
Paralelismo					Paralelismo
Paronomasia	1	1			Paronomasia
Paréntesis	6				Paréntesis
Pleonasmos	2	4	2	19	Pleonasmos
Polípote	2	4	2	19	Polípote
Polisindetón	1	2		4	Polisindetón
Quiasmo		1			Quiasmo
Redoble	1	4	2	19	Redoble
Reduplicación	3	4	2	19	Reduplicación
Repetición diseminada	3	4	2	19	Repetición diseminada
Retruécano	1	1			Retruécano
Rima	2	4		19	Rima
Similidecadencia	2	4	2	19	Similidecadencia
Simploque	2	4	2	19	Simploque

poseedores de la misma y del justo resultado obtenido. El consenso de quienes realizan una evaluación positiva sobre la presencia de la veracidad revierte directamente en una aprobación popular, ya que quienes establecen las normas se comportan como el poder judicial, siendo el Estado quien asume la ejecución del sistema reglamentado. El valor que aquí vincula a ambas partes conceptuales es, por lo tanto, la *aprobación y conformidad* del porqué de su existencia y los casos en los que se produce. *Desvelar* a la verdad y su *localización* ha sido siempre el fin último del debate asentado en las diversas culturas. La relación que ha existido con todas las cosas ha estado presente en la filosofía presocrática, es decir, desde el origen y principio del pensamiento filosófico. Como establece *la teoría de la adecuación*, la verdad es la adecuación entre las cosas y el entendimiento.

Sin embargo, ha mantenido diversas formalidades, que a través de la reafirmación o negación de las teorías anteriores han ido dando lugar a otras nuevas: Aristóteles (2009), donde lo inmutable es la verdad, lo que muta y no permanece con su forma original se excluye automáticamente del concepto de realidad (idea/forma); Santo Tomás de Aquino, a través del postulado que indica que la adecuación del intelecto a la forma física es lo que se denomina verdad lógica; para Descartes, la intuición es la base de la verdad absoluta, refutando por lo tanto todo aquello que no se introduzca como tal; y Kant (2002), donde el sujeto no es poseedor de cierta verdad cognoscible, por lo tanto el máximo acercamiento que podría tener a esta sería producto de su construcción, estableciendo una conexión entre el caos de las cosas y su ordenamiento.

Tener posesión de tal conocimiento otorga al ser la capacidad de construcción de mensajes certeros y por lo tanto de desarrollo de un sistema lógico, justo y adecuando la coherencia entre el pensamiento del artista, la sensibilidad del poeta y la correcta utilización de las técnicas gráficas en el mensaje transmitido por el diseñador de cubiertas.

Los mensajes visuales desde el primer instante que deciden existir se encuentran con el símbolo que les otorga la verdadera esencia e importancia. El icono representa el valor del significado de las cosas y no la analogía con el elemento del que actúan como representantes. Es cierto que al coexistir ciertas tendencias, la *razón de semejanza* es discutible, cuestionable y completamente personal por el estudioso que analiza el lenguaje en su máxima expresión. Por lo tanto, el metalenguaje posee una importante carencia que revierte directamente en la ausencia de teorías que cuestionen el icono como parte fundamental del concepto semiótico.

La primera noción que debiera ser resuelta es la *existencia del código* dentro del propio diseño de la publicación.

El diseño gráfico coexiste con la realidad, con su modo de representación y con los códigos de comportamiento perfectamente reconocibles por el sentido de la vista y del sistema cognitivo. Recurrir al concepto antropológico no desvía el tema, sino que más bien enfatiza la razón del porqué del formalismo en todas las cosas, del protocolo exigente e inalterable de cada una de las fases de todo lo que envuelve al sistema natural. Por ello, será necesario estimar un método de análisis general basado en la semiótica y en su estudio de los signos.

El concepto propiamente físico que da explicación al funcionamiento de la vista no hace más que elucidar la parte natural del acontecimiento; sin embargo, no es ni la retina ni el iris los que están mirando el objeto, sino las personas y su intelecto racional. Los seres humanos poseen una capacidad que en muchas ocasiones se olvida citar y que seguramente sea el requisito más relevante para una correcta interpretación visual; encarnan la figura del agente cultural y su actitud está desarrollada y evolucionada. Por ello, es decisivo el punto de vista de Umberto Eco (1980), que estima la necesidad de contextualizar la obra poética en su tiempo, para de este modo conseguir la

mejor de las interpretaciones semióticas. No es, sin embargo, hasta el siglo XIX cuando aparece la posibilidad de crear un método científico como el positivista, naturalista... Incluso las artes se pueden llegar a entender como verdaderos procedimientos científicos que admiten los hechos probados y contrastados únicamente. La medición de las disciplinas artísticas ya se reflexiona en el Congreso Internacional de Matemáticos celebrado en la ciudad de Bologna (Italia), en el cual aparece una propuesta en sus actas denominada *A New Criterion of Stability* (Birkhoff, 1928: 1-13), en la que se examina la posibilidad de medición de la incidencia de una obra artística sobre el espectador a través del *factor de orden*.

Por lo tanto, se entiende que la realidad no es el espacio físico que ocupa un cuerpo, tratando de asentar una idea clara que más tiene que ver con la concepción de la realidad que con la ubicación. Pocos momentos son reales y no representaciones. Una prueba de ello es la estrecha relación que las masas tienen con los *mass media*: televisión, cine y radio. Estos producen y emiten imágenes reales; el sistema radiofónico del mismo modo, aunque más sutilmente, ya que su construcción deriva en productos elaborados mentalmente que, por otro lado, es inevitable que provoquen pensamientos en formas estáticas ya conocidas. Forma parte de la condición del ser.

Cualquier sistema de representación poética se comporta como una ecuación matemática que establece un sentido real, una aplicación veraz y un modo de comportamiento y construcción dialéctico y deductivo. No excluye, por ello, la sensibilidad de las palabras, de las imágenes, de los acontecimientos, sino que más bien acelera lo que está por ocurrir. Por ello, el conjunto de todas las experiencias que un mismo ser experimenta a lo largo de toda una vida se va uniendo en cantidad para, de este modo, tener en algún momento que sintetizar lo ocurrido en formas diversas conocidas como signos o códigos (Cassirer, 1998). Y si existiese alguna duda, el mayor ejemplo convertido en signo es el *sistema lingüístico*.

Como resultado del análisis deductivo es posible extraer una clara conclusión: los seres humanos no son capaces de enfrentarse a la magnitud de los sistemas que les rodean, sino más bien prefieren mediar a través de signos representativos, y por encima de todo aquellos que simplifiquen el conocimiento comunicado. Las artes no se excluyen de este axioma y como excelentes transmisoras de conmoción prefieren ofrecer versiones visuales que en ocasiones se reducen a una sola imagen física. Cualquiera de esos iconos o signos que relacionan pensamientos debe ser entendido como representantes (Benveniste, 1980) de la disciplina a la que encarnan.

La representación vigente que hoy se contempla como parte de la magia de las artes no siempre ha existido. La esencia de la materia oculta y susceptible a ser descifrada es lo que atrapa al espectador deseoso de conocer el *metalenguaje* de los mensajes visuales, pero posee un origen que se remonta a no más lejano de la época renacentista. Durante este renacer de la cultura se establece un punto de inflexión en el tratamiento cultural de conceptos relevantes como la perspectiva o también la luz.

LÓGICA SIGNIFICATIVA A TRAVÉS DE LA POÉTICA

Todo discurso poético deberá contemplar la forma expresiva utilizada, además del contenido o de lo que se quiere decir. Habrá que argumentar varios porqués; la elección del contenido y las herramientas de demostración del mismo a través de su forma física. Existen teorías como la indicada por Greimas, en la que se afirma que habría que “segmentar el discurso (poético) en unidades de dimensiones variables que van desde los totalizadores de los objetos poéticos discretos hasta los elementos mínimos (semas y femas)” (1976: 13). Siguiendo esta definición, lo que se debería plantear es el desglose del discurso visual como si de un poema escrito se tratase. Véase el ejemplo:

¿Qué es la vida? Un frenesí.
 ¿Qué es la vida? Una ilusión,
 una sombra, una ficción,
 y el mayor bien es pequeño:
 que toda la vida es sueño,
 y los sueños, sueños son.

Calderón de la Barca (1993: 76)

Célebre monólogo de Segismundo, perteneciente a una de las representaciones teatrales más importantes del siglo de oro español, *La vida es sueño* (ed. 1983). Se realizará el desglose que antes se definía y estructuraba del siguiente modo:

Figura 3. Desglose gramatical. *La vida es sueño*

Adverbio	Sustantivo	Adjetivo	Verbo	Determinante	Conj./Pronombre Interrogativo	Símbolos gramaticales
Toda	Vida	Un	Es	La	Qué	¿?.
	Frenesí	Una	Es	La	Qué	¿?,
	Vida	Una	Es	Él	Y	“
	Ilusión	Una	Es	La	Qué	
	Sombra	Mayor	Son	Los	Y	:
	Ficción	pequeño				“
	Bien					
	Vida					
	Sueño					
	Sueños					
	Sueños					

Fuente: elaboración propia.

Se encuentran dispuestos cada uno de los elementos que se han utilizado en este discurso y que además podrían tener connotaciones poéticas. De momento estaría por verificar.

La estructura continúa siendo lógica y siguiendo los parámetros impuestos a través de la lingüística simple —sujeto + verbo + predicado—, y la más complicada, en la que si se produjese un desglose de todas las oraciones se observarían oraciones simples interrogativas copulativas, seguidas de sintagmas nominales, aunque más profundamente una elipsis simple copulativa. El tercer verso continúa como sintagma nominal aunque de nuevo la presencia de la elipsis hace que esa omisión signifique simples copulativas. El penúltimo verso y que toda la vida es sueño consiste en una oración consecutiva subordinada. Por lo tanto, la estructura resultante posee unas características simples: pregunta, respuesta, pregunta respuesta, conclusión.

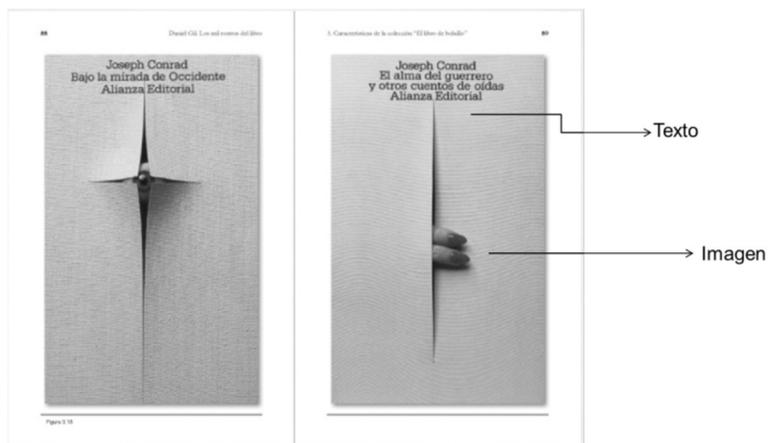
Como todo sistema lingüístico que se precie, esa simbólica gramática de actuación poética necesitará una estructura morfológica y sintáctica bien definida. Es decir, la apariencia gráfica que permita continuar con los parámetros establecidos de orden lógico en la obtención de contenidos poéticos necesitará una definición de su parte interna estructurada (morfología de la imagen) y un orden y una relación de los diferentes objetos dentro de la misma imagen (sintaxis visual). Con la técnica que se pueda adquirir a la hora de la construcción de la imagen es necesario que mientras se realice la lectura, a la que previamente se refería este documento, se valide, sea cual sea la teoría.

Lo primero que debe permanecer en la retina del futuro lector de imágenes es que si se desea comenzar con un análisis de ese adjetivo visual, capaz de componer un discurso específico, se deberá tomar conciencia de los dos planos del lenguaje poético —el plano de la expresión y el del contenido—, al igual que la dualidad del isomorfismo existente en el mismo concepto signo-significación (Saussure, 1995: 65). Este claro y fundamental pensamiento será necesario para comprender y poder asimilar la semiótica poética (forma y fondo).

Saussure habla de la ciencia que estudia los signos en el seno de la vida social, aunque esta vez se atreverá a denominarla *semiología*. La capacidad de componer una imagen a través de mecanismos similares a los utilizados por los sistemas lingüísticos será considerada objeto susceptible de estudio para la semiología. Se debe a una simple razón: la imagen gráfica también posee un sistema de significación capaz de coexistir con otros sistemas o sobrevivir a sí mismo.

A pesar de que la significación difiere del término *comunicación*, es cierto que todos los sistemas lingüísticos implican lenguaje. Por ejemplo, en gran parte de las cubiertas de libros se ofrece un sistema compuesto por el texto y por la imagen. Ambos coexisten y entrambos parecen poseer una lectura conjunta. A grandes rasgos podría darse esta premisa, sin embargo, lo que insólitamente se produce es una reiteración del significado expresado de forma visual aunque esta vez a través del texto.

Figura 4. Reiteración significativa



Fuente: elaboración propia.

Imagen izquierda: Daniel Gil, Alianza Editorial.

Imagen derecha: Daniel Gil, Alianza Editorial.

Imagen izquierda: Alianza Editorial (2016). “Bajo la mirada de Occidente”. 21 de junio de 1989. Disponible en: <<http://magimo.net/daniel-gil-y-el-ganador-es/>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Imagen derecha: Alianza Editorial (2016). “Alma del Guerrero y otros cuentos de oídas”. 1 de julio de 1989. Disponible en: <<http://magimo.net/daniel-gil-y-el-ganador-es/>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Es posible encontrar en el mensaje visual una alternativa opuesta en la que la tipografía se convierte en parte fundamental del diseño y el propio discurso lingüístico se convierte en el epicentro significativo.

Figura 5. Finalistas del concurso de cubiertas convocado por la revista *Yorokobu*, 2013

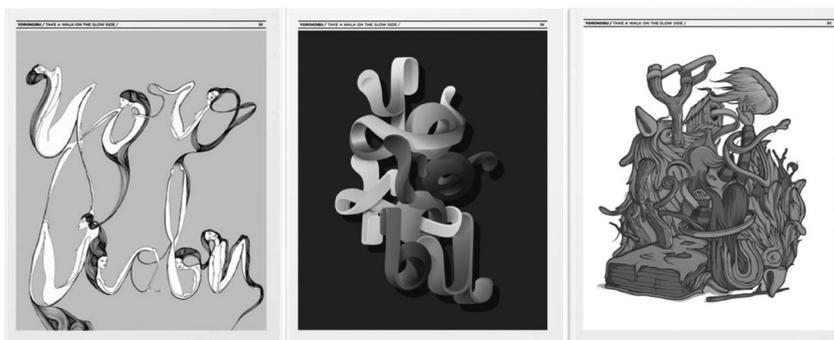


Imagen izquierda: Lara Costafreda. Disponible en: <<http://www.yorokobu.es/los-finalistas-del-concurso-de-creatividad-hazlo-tu/>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Imagen central: Pablo Sevilla. Disponible en: <<http://www.yorokobu.es/los-finalistas-del-concurso-de-creatividad-hazlo-tu/>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Imagen derecha: Denis Galocha. Disponible en: <<http://www.yorokobu.es/los-finalistas-del-concurso-de-creatividad-hazlo-tu/>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Roland Barthes afirma que “parece cada vez más difícil concebir un sistema de imágenes o de objetos cuyos significados puedan existir fuera del lenguaje” (2002: 20). En este proyecto de investigación se presupuso que la imagen sí que tiene significado por sí misma, se nutre de sus propias reglas, aunque diferenciándose escasamente de la construcción del sistema lingüístico conocido.

Hoy, el semiólogo tiene la obligación de encontrar el lenguaje dentro de todas las cosas. No será el lenguaje convencional y conocido, sino más bien los lenguajes que remitan a objetos, a significados que se escondan bajo el nombre del mismo. Por lo tanto, podría expresarse un nuevo concepto: la lingüística no es la ciencia de los signos, es la semiología la que se encarga de estudiar los puntos significantes y relevantes del discurso.

La semiología irá, por lo tanto, encaminada hacia una vertiente bifurcada en doble dirección:

1. De orden sintagmático; análisis estructural del mensaje.
2. De orden estructural; elenco de estructuras poseedoras de significado.

Aquí se ahonda en las dos líneas, aunque focalizando especialmente en la vertiente de orden estructural. Se pretende verificar la premisa de que dentro del discurso gráfico del diseño de cubiertas la sección mayoritariamente encargada del significado será el adjetivo visual. Para ello, se deberán realizar tablas de elementos lingüísticos donde se posicionen ordenadamente cada uno de los objetos manifestados. No se debe olvidar la herencia estructuralista, la cohesión entre significantes, significados y entendidos como resultado de la convención del hombre.

Dentro de las teorías lingüísticas más similares a la investigación y cercanas a las propuestas que aquí se realizan en cuanto a la estructura lógica de cualquier sistema, aparece Roman Jakobson (1985: 143). Hace una primera distinción entre los poetas y los lingüistas en la que excluye cualquier ápice de improvisación de los segundos, que a su vez olvidan la connotación que suscitan las poesías, tal vez más cercana a los sentimientos, entendidos como una de las funciones claves del sistema comunicativo.

La poesía y sus poetas pertenecerán al grupo del habla, entendida como la parte más visceral del proceso lingüístico, estando la lengua más próxima a las estructuras cerradas del conjunto de reglas lingüístico. A pesar de la claridad con la que Jakobson admite sus propias teorías, se da cuenta de que existe una paradoja al aceptar que el alto nivel de codificación de la poesía obliga a asumir una decodificación por parte de la lengua y no del habla. Es decir que la parte más estructurada de los lingüistas, desde la que se apoyan en las estructuras de la lengua, en sus símbolos, etcétera, da explicación a los porqués de la lengua y su función comunicativa; deberá además acercarse a su vez a la emoción y a la exaltación de los sentimientos que la poesía concederá. Apela a una nueva designación de la poética: semiótica artística.

Y si la ciencia poética se encarga de revisar las estructuras internas lingüísticas y el mensaje, con el fin de determinar si es una obra de arte o no (Jakobson,

1983), el diseño gráfico y la fotografía deberán ser aceptadas y consideradas como una más de las artes. Lévi-Strauss (1990: 29) aboga por un análisis exhaustivo del sistema lingüístico para posteriormente proporcionar contenidos empíricos para la futura descripción. El diseño gráfico debería entenderse perfectamente. Debería conocerse su alcance, su trayectoria y evolución, la taxonomía que posee según su temática, y entonces a partir de este momento sería cuando se podría explorar su sistema de códigos comunicacionales. Pero siempre a través de la demostración empírica.

Seguramente Lévi-Strauss intenta reconducir los tradicionales estudios de la lengua hacia experimentos habitualmente atribuidos a los estudios antropológicos. Su trayectoria profesional también se desarrolla en el Mato Grosso brasileño y en el propio Amazonas. El extraño paralelismo que se encuentra entre los históricos métodos de recogida de datos, propio de las ciencias, y el estudio analítico de disciplinas visuales y artísticas pudo ofrecer una visión mucho más amplia del verdadero significado de los sistemas lingüísticos, sus usos y sus costumbres.

ANÁLISIS Y RESULTADOS

ANÁLISIS

Una vez agrupados los datos recabados durante el trabajo de campo, es necesario trasladarlos a una esfera estadística interpretativa con fines axiomáticos. Se establecerán teorías procedentes de universos cuantitativos e interpretaciones con bases cualitativas.

Siguiendo con la estructura lineal que la estadística aplicada reconoce, se estimarán las dos tipologías vigentes: la estadística descriptiva y la estadística inferencial.

Los parámetros estadísticos que se estudiarán serán los referidos a la centralización, la posición y la dispersión:

1. Centralización. A través de la agrupación de valores y observación del comportamiento en términos representativos, serán nombrados los valores medios aritméticos de la distribución.
2. Posición. Se establecerán los percentiles para poder escoger la posición divisoria de toda la muestra y el valor escogido extrapolará en valores porcentuales para observar el comportamiento en porcentajes. En este caso será un dato irrelevante que simplemente servirá de soporte %.

Se tomó la decisión de no estimar en este artículo los valores de dispersión (rango, varianza, desviación media y la desviación típica).

RESULTADOS

Es necesario que se entienda el estudio desde las dos diferentes fases que aquí se produjeron, para entender que en ambos casos la frecuencia retórica será el

objeto de estudio.

Primera fase. Se definen los grupos y los resultados obtenidos entre una muestra homogénea y bajo un experimento centrado en el análisis de contenidos.

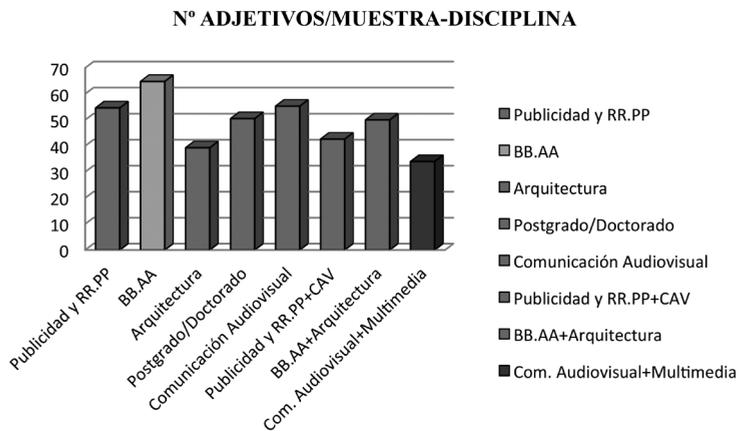
Figura 6. Frecuencia del adjetivo. Primera fase

Disciplina de estudio	Encuestados	Número Adjetivos	Media Adjetivo /Alumno
Grado Publicidad y RR PP	27	1475	54,62
Grado BB AA	10	648	64,8
Grado Arquitectura	3	118	39,3
Postgrado-Doctorado	8	404	50,5
Grado Comunicación Audiovisual	7	378	55,28
Grado Publicidad RR PP + CAV	11	469	42,63
Grado BB AA + Arquitectura	4	200	50
Grado CAV + Multimedia	9	306	34

Fuente: elaboración propia.

Obsérvese la siguiente gráfica, donde aparece representada la frecuencia adjetival del discurso en cada disciplina de estudio:

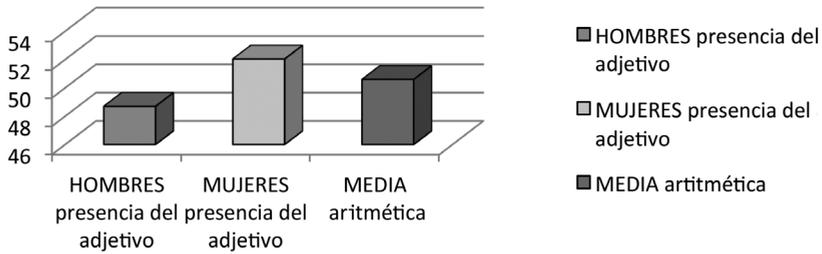
Figura 7. Adjetivación por disciplina



Fuente: elaboración propia.

Subdividiendo, esta vez, por género:

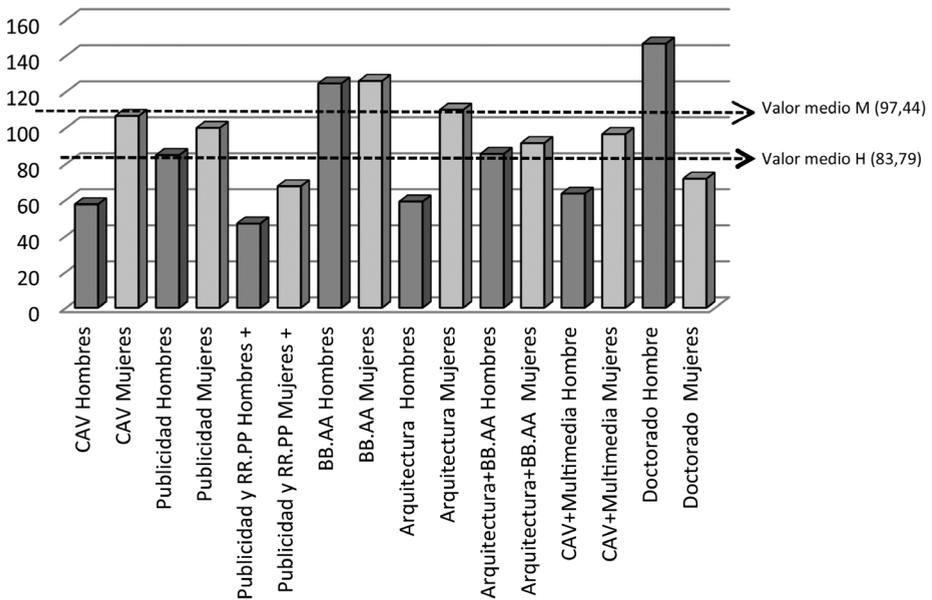
Figura 8. Diagrama de la adjetivación por género



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la vinculación retórica:

Figura 9. Comparativa retórica según género



Fuente: elaboración propia.

En la segunda fase la muestra se componía de expertos profesionales y docentes universitarios de distintas áreas. Se vertieron los siguientes datos:

Figura 10. Frecuencia del adjetivo/figura. Segunda fase

		Adjetivos del discurso	
MUJERES	hispanistas	5	8,19%
	periodistas	10	16%
	documentalistas	5	8,19%
	filósofas	4	6,55%
	lingüistas	1	1,63%
HOMBRES	artistas	6	9,83%
	directores de arte	13	21,31%
	lingüistas	7	11,47%
	fotógrafos	5	8,19%
	filósofos	5	8,19%
		61	99,94%

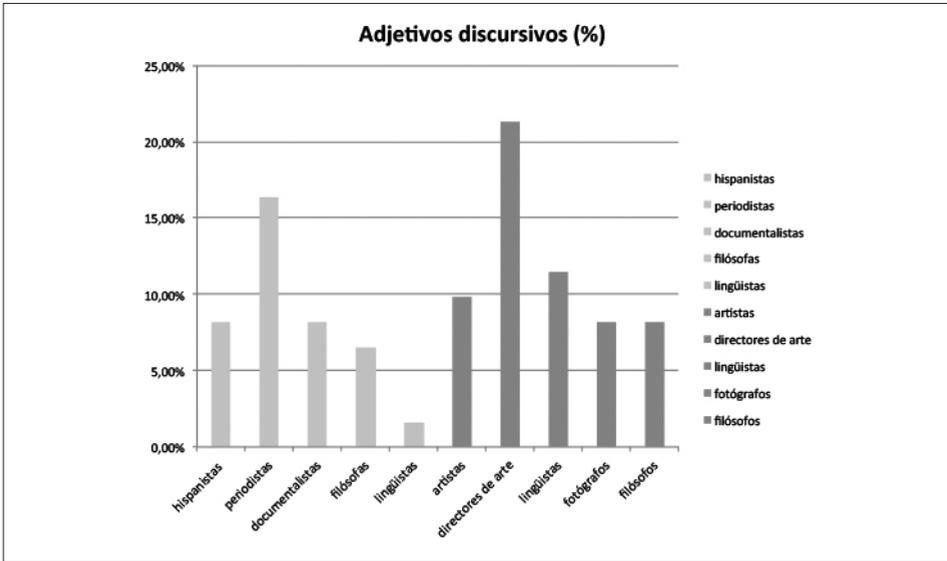
		Figuras retóricas vinculadas	
MUJERES	hispanista	5	18,51%
	periodista	3	11,11%
	documentalista	3	11,11%
	filósofa	4	14,81%
	lingüista	0	0%
HOMBRES	artista	4	14,81%
	director de arte	3	11,11%
	lingüista	2	7,40%
	fotógrafos	3	11,11%
	filósofos	0	0%
		27	99,97%

	VALOR SUMATORIO MÁS ALTO
	VALOR SUMATORIO MÁS BAJO

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la presencia adjetival en sus discursos:

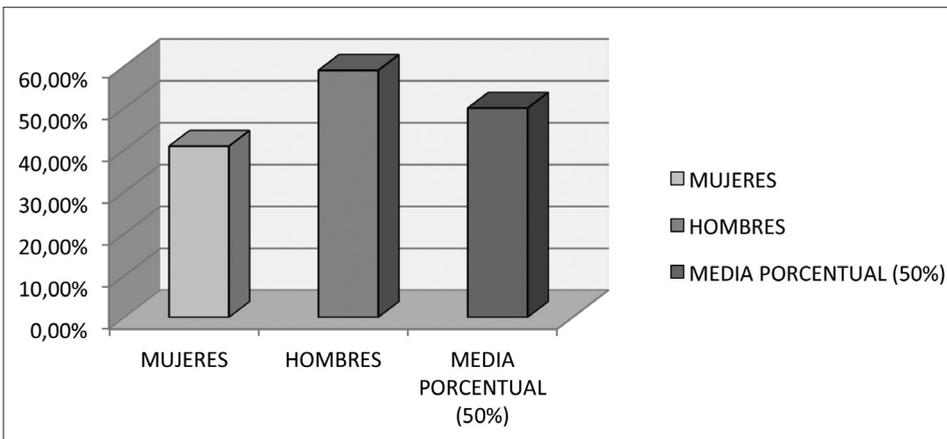
Figura 11. Frecuencia del adjetivo/disciplina



Fuente: elaboración propia.

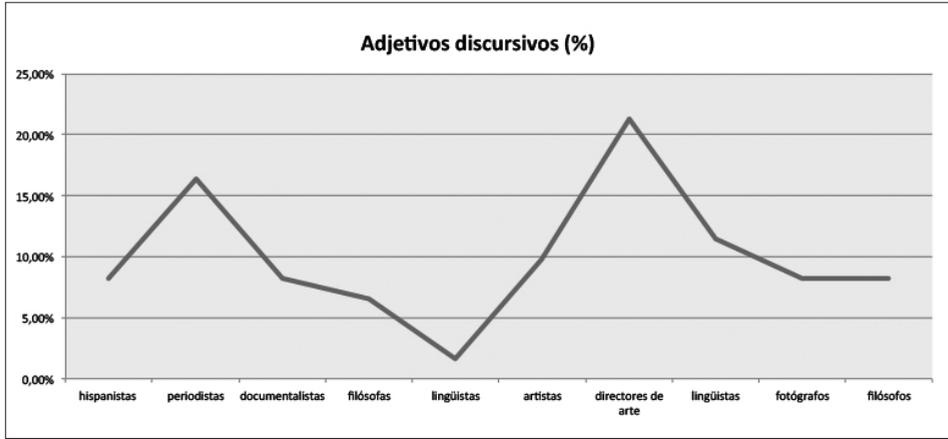
Con respecto a la presencia adjetival por géneros:

Figura 12. Frecuencia del adjetivo/género



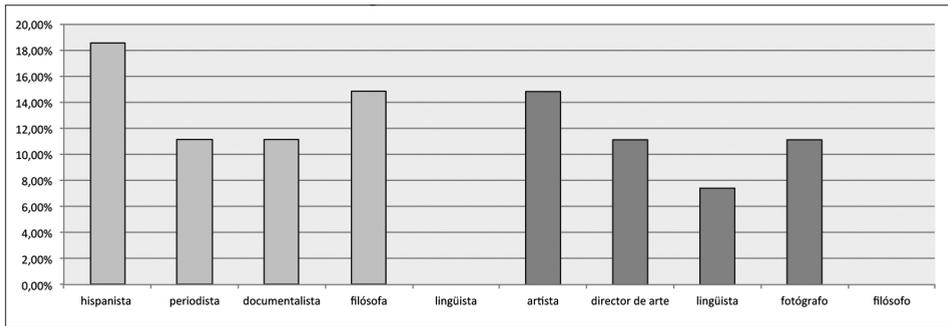
Fuente: elaboración propia.

Se observa la curva que determina aquellos más sensibles a la poética discursiva:



Y aquí se observan las figuras retóricas vinculantes al adjetivo:

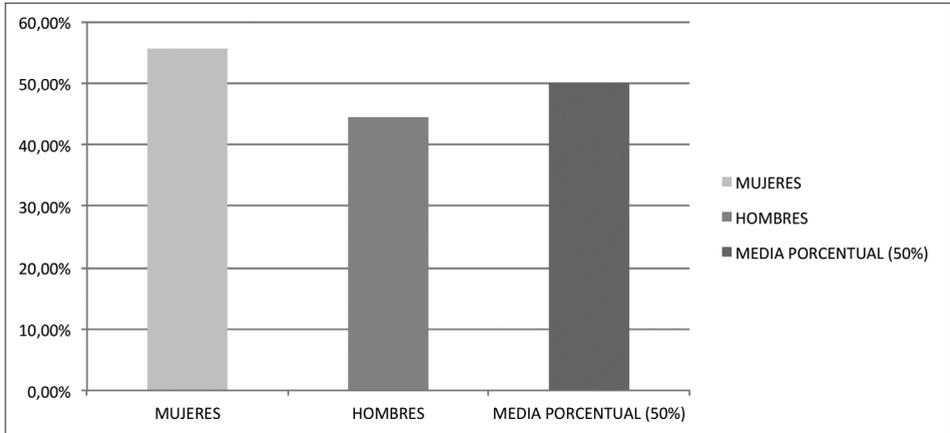
Figura 13. Frecuencia de figura retórica/disciplina



Fuente: elaboración propia.

Desglosamos, a su vez, por géneros:

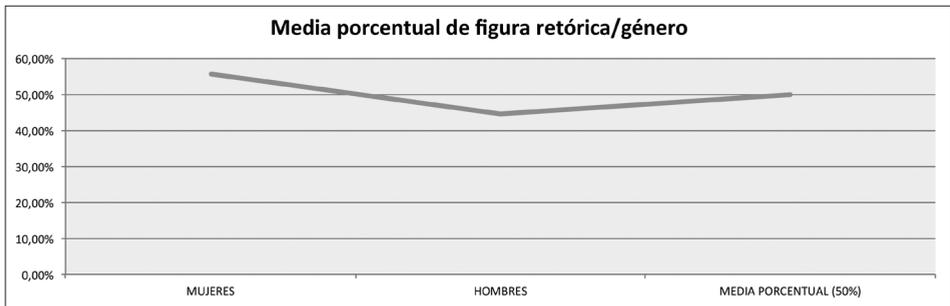
Figura 14. Frecuencia de figura retórica/género



Fuente: elaboración propia.

Y se obtiene la siguiente curva:

Figura 15. Frecuencia de figura retórica/género



Fuente: elaboración propia.

Por lo tanto, se vierten los siguientes resultados:

- Aquellos que muestran mayor tendencia a la adjetivación en el análisis discursivos son los alumnos de BB AA (Primera fase).
- En términos globales, las mujeres estudiantes encabezan la mayor presencia adjetival.

- Con respecto a la vinculación retórica, sin embargo, son los estudiantes-hombres de postgrado los de mayor sensibilidad.
- En la segunda fase son las periodistas-mujeres quienes vierten el mayor porcentaje de adjetivos presentes en sus discursos.
- Las mujeres-lingüistas son las que cuentan con el menor porcentaje adjetival.
- Con respecto a la vinculación retórica del adjetivo, son las mujeres hispanistas quienes, a través de sus adjetivos, poseen un mayor contenido poético.
- En términos globales, son los hombres quienes poseen el mayor porcentaje adjetival del discurso y, en concreto, los directores de arte.
- Las mujeres son las que vinculan (ligeramente) en mayor medida el adjetivo con la figura retórica.

CONCLUSIONES

Se concluye el estudio de investigación tomando como marco referencial las hipótesis planteadas y los datos cuantitativos y cualitativos vertidos. Los resultados son los siguientes;

- Hipótesis 1: Los diseños de portadas de revistas poseen un sistema coherente de signos visiblemente similares al sistema lingüístico y, por lo tanto, requieren un conjunto de reglas y normas para un óptimo acto comunicativo.

En la primera fase se vierten los siguientes datos:

Muestra	Número adjetivos	Figuras retóricas	Figuras retóricas/personas	Imágenes	Figuras/imagen
79 personas	3.998	7.234	91,56	20	4,578

Se verifica una altísima frecuencia de adjetivos vinculantes con la figura retórica y, por lo tanto, con el significado poético.

Ahora bien:

	adjetivo/imagen	figura/imagen
Media aritmética	2,53	4,578

Conclusión: un mismo adjetivo es vinculable a más de un solo recurso poético. Se observa un aumento del 90,47%.

Por lo tanto, se verifica cuantitativamente un comportamiento tendente a la estructura lingüística, anteponiendo el adjetivo como estructura visiblemente poética.

En la segunda fase se observa una media porcentual de 1,525 adjetivos por discurso individual y una relación directa del adjetivo/figura retórica de 2,7. Es decir, por cada elemento adjetivado se vierte una vinculación poética directa de

2,7 entre 1,525. Al menos en cada portada gráfica de revista podrían darse 1,77 figuras retóricas.

Efectivamente, se verifica que la presencia poética se deriva de adjetivos vinculantes con las figuras retóricas y respetar este conocimiento garantiza un sistema perfectamente ordenado capaz de realizar un acto comunicativo.

- Hipótesis 2: El adjetivo será el desencadenante de la figura retórica y, por ello, si su presencia existe, entonces el contenido poético es innegable.

Siguiendo los resultados previos de la primera fase;

Muestra	Número adjetivos	Figuras retóricas	Figuras retóricas/personas	Imágenes	Figuras/imagen/persona
79 personas	3.998	7.234	91,56	20	4,578

Y continuando con los de la segunda fase:

Los datos vertidos establecen que cada imagen contabilizó 6,1 adjetivos por discurso y una vinculación de 2,7 figuras retóricas. Para que se verificase esta segunda hipótesis al menos, era preciso un adjetivo ligado a alguna de las categorías retóricas. En este caso, se supera dicho ratio en un 170%. Por lo tanto, se verifica cierta premisa.

INTERPRETACIÓN

El proceso de decodificación que se lleva a cabo en los formatos audiovisuales resulta de una complejidad incomparable. Los procesos mentales establecen una velocísima vinculación del contenido con el continente y la cultura imperante impone ese rápido entendimiento y asimilación. Si un spot publicitario no es capaz de seducir en no más de veinte segundos, es considerado *nefasto fracaso* desde el diseño de la estrategia.

El cine, la publicidad, la fotografía... muestran belleza, equilibrio, simetría y coherencia conceptual. Todo lo que los medios afirman es lo que hoy elevamos a verdad absoluta incuestionable. Por lo tanto, los parámetros que el diseño gráfico de cubiertas de libros y revistas de última generación impone es la cercanía a los formatos libres de expresión, artísticos y con gran dosis de poética, en forma de tendencia adivinatoria. Lo connotado se superpone a lo denotado, por el mero hecho de significarse como reto intelectual del espectador, lector, analista. El altísimo grado de abstracción que las cubiertas gráficas actuales imponen es producto del gran conocimiento de diversos sistemas lingüísticos o comunicacionales por parte del confeccionador de las mismas como del consumidor visual.

Tras hacer un repaso exhaustivo de la gran diversidad y tipología gráfica en portadas de libros y revistas se llega a predecir que son fácilmente diferenciadas en tres vertientes:

1. Diseño de cubiertas con imágenes fotográficas y textos que enmarcan o acompañan a la temática
2. Diseño de cubiertas con ilustración y textos que enmarcan o acompañan a la temática
3. Diseño de cubiertas con tipografías que forman parte del diseño y que conforman la idea poética.

Figura 16. Diseño de cubiertas de Alianza Editorial, The New Yorker y U&Ic



Imagen (de izquierda a derecha):

Imagen 1: Estrada, M. (2016). Alianza Editorial.

Disponible en: <<http://www.manuelestrada.com/news-detail?id=637>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Imagen 2: Estrada, M. (2016). Alianza Editorial.

Disponible en: <<http://www.manuelestrada.com/news-detail?id=637>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

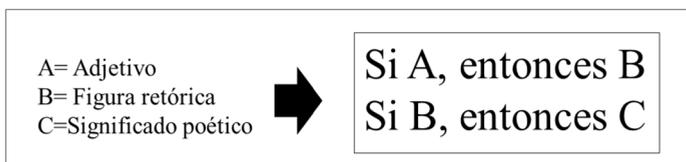
Imagen 3: Schoëssow, B. (2016). *The New Yorker*. 4 de febrero 2013. Disponible en: <<http://birgit-schoessow.de/>>.

Consultado el 15 de marzo de 2016.

Imagen 4: Farber, B. (2016). *U&Ic*. Vol. 9, No. 3, 1982. Disponible en: <<http://creativepro.com/typetalk-ulc-magazine-retrospective-part-4-innovative-headline-treatments>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Todas las cubiertas analizadas y pertenecientes a *Wallpaper*, *étapes*, *Esquire* y *New York Times* ofrecen un análisis discursivo en el que se adjetiva explícitamente y, por lo tanto, se produce la ansiada figura retórica que dará paso al significado poético. Es más, según los datos vertidos, se estima más de una figura retórica en cubiertas individuales y de este modo se da una tendencia a la alza del 100% de la premisa aplicada que afirmaba la ecuación:

Figura 17. Ecuación poética



Fuente: elaboración propia.

Véase:

Figura 18. Transformación poética en *Wallpaper*



Imagen: Roversi, P. (2016). *Wallpaper*. Septiembre 2013. Disponible en: <<http://media.wallpaper.com/pdf/September-release.pdf>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Figura 19. Transformación poética en *étapes*



Imagen: *Étapes*: - *Design graphique & culture visuelle*. (2016). Marzo/abril 2015. Disponible en: <<http://etapes.com/store>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Figura 20. Transformación poética en *New York Magazine*



Imagen. *The New York Magazine*. (2016). Octubre 2015. Disponible en: <<http://nymag.com/press/2015/10/heres-our-october-5-cover.html>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Figura 21. Transformación poética en *Esquire*



Imagen. *Esquire* (2016). Noviembre 2013. Disponible en: <<https://notanotherbill.com/press/esquire>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Figura 22. Transformación poética en *The New Yorker*

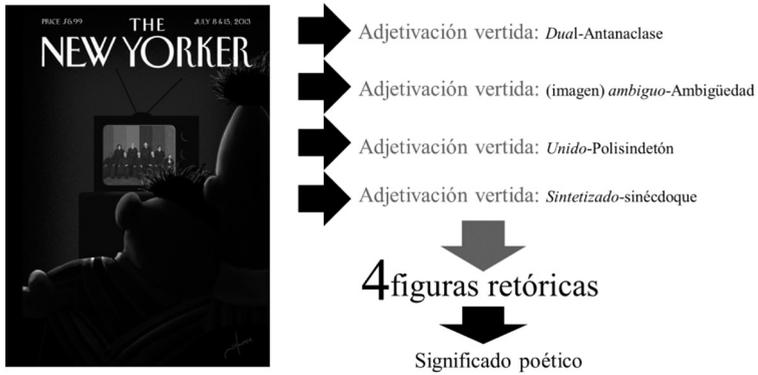


Imagen: *The New York Magazine* (2016). 8-15 julio 2013. Disponible en: <<http://www.newyorker.com/culture/culture-desk/cover-story-bert-and-ernies-moment-of-joy>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Figura 23. Transformación poética en *Wallpaper*



Imagen: Lehner, J. (2016). *Wallpaper*. Marzo 2015. Disponible en: <<https://models.com/work/wallpaper-magazine-march-covers>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Figura 24. Transformación poética en *étapes*

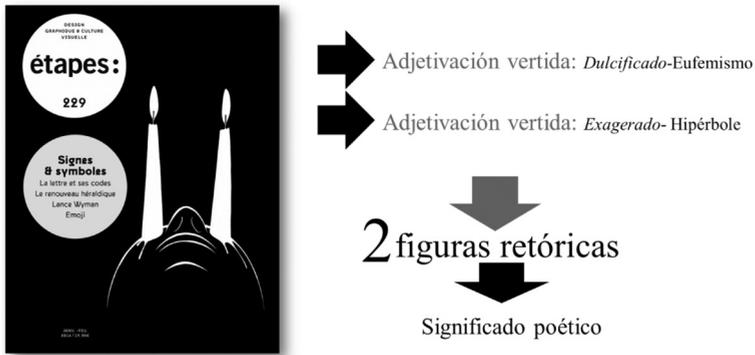


Imagen: *étapes*: - *Design graphique & culture visuelle* (2016). Diciembre 2015. Disponible en: <<http://etapes.com/etapes-229>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Figura 25. Transformación poética en *Esquire*



Imagen: *Esquire* (2016). Noviembre 2012. Disponible en: <<http://rebeccachew.co/following/rebeccachew/PSH>>. Consultado el 15 de marzo de 2016.

Por lo tanto, se verifica que la distribución de los elementos en las cubiertas gráficas de nueva generación posee una tendencia poética relevante. Se continúa adaptando de forma premeditada o inconsciente las mismas herramientas que el poeta literario maneja en su *modus operandi*, y se encuentra en primera posición la necesidad sorpresiva y adivinatoria, por parte del lector/espectador.

Hernando Gómez Gómez es profesor adjunto en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad Europea de Madrid. Doctor (Mención Europea) con la tesis *El adjetivo visual. De la figura retórica al significado de la imagen fotográfica*. Departamento de Didáctica de la Expresión Plástica en la Facultad de Bellas Artes (Universidad Complutense de Madrid). Especialista en poética de la imagen fotográ-

fica, fotografía como representación y análisis semiótico en la construcción de universos simbólicos. Ha impartido clases y colabora en diversas universidades fuera del ámbito nacional; Universität der Künste Berlin, Università di Bologna, Università degli Studi di Torino, Coventry University.

Reportero gráfico durante más de catorce años, focalizado en eventos especiales y *breaking news*.

Notas

1 Tabla Excel que se utilizó para vincular los adjetivos con las posibles figuras retóricas. Se establecieron previamente categorías correspondientes a los recursos estilísticos y

palabras adjetivadas + sus sinónimos. Si en el análisis discursivo aparecía alguna de ellas, entonces se marcaría como válida.

Bibliografía

Aristóteles (2009). *Poética*. Introducción, traducción y notas de Alicia Villar Lecumberri. Madrid: Alianza.

Barthes, R. (2002). *Variaciones sobre la escritura*. Barcelona: Paidós.

Benveniste, E. (1980). *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo XXI.

—. (2009). *Essere di parola: semantica, soggettività, cultura*. Milán: Bruno Mondadori.

Beristain, H. (1995). *Diccionario de retórica y poética*. México: Porrúa.

Birkhoff, G. D. (1928). "A New Criterion of Stability". Università di Bologna (ed.). *Congresso dei Matematici*. Università di Bologna, septiembre de 1928, Bolonia, Italia, 1-13.

Calderón de la Barca, P. (1993). *La vida es sueño*. Barcelona: Planeta.

Cassirer, E. (1998). *Conoscenza, concetto, cultura*. Florencia: La Nuova Italia.

Eco, U. (1980). *La struttura assente*. Milán: Bompiani.

Estrada, M. (2003). *El diseño no es una guinda = design is not the finishing touch*. Madrid: Aldeasa.

—. (2005). *Libros, ruidos y nueces = Books, ado and nothing*. Madrid: Estada.

Gil, D. (2005). *Nuestras mejores portadas*. Madrid: Aldeasa.

Gómez, H. (2014). *El adjetivo visual. De la figura retórica al significado de la imagen fotográfica*. Tesis inédita de doctorado. Madrid. Departamento de Didáctica de la Expresión Plástica. Universidad Complutense de Madrid.

Greimas, A. J. (1976). *Ensayos de semiótica poética*. Barcelona: Planeta.

Guinea-Martín, D. (2012). *Trucos del oficio de investigador: casos prácticos de investigación social*. Barcelona: Gedisa.

- Jakobson, R. (1983). *Lingüística y poética*. Madrid: Cátedra.
- . (1985). *Verbal art, verbal sign, verbal time*. Minneapolis: University of Minnesota.
- Kant, I. (2002). *Osservazioni sul sentimento del bello e del sublime*. Milán: Biblioteca Universale Rizzoli.
- Lévi-Strauss, C. (1970). *Antropología estructural*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- . (1990). *Antropologia Strutturale due*. Milano: Il saggiatore.
- Saussure, F. (1995). *Course in general linguistics*. Londres: Duckworth.
- Wainerman, C.; Sautu, R. (1997). *La trastienda de la investigación*. Buenos Aires: Belgrano.

