



cátedra
gaitto

La función corpórea de la tapa de una revista es la de proteger a la publicación. Además, debe señalar claramente: el carácter editorial y el contenido de la misma. Manifiesta un rol introductorio, comportándose como un anuncio, un cartel que exhibe la mercadería que hay en el interior. En tanto, el impacto será un factor importante a considerar, como también un la síntesis, el recorrido visual, la relación figura fondo, la claridad expositiva y el clima obtenido.

El diseño de tapas implica la proyección de un sistema visual coherente: capaz de relacionar a las tapas entre sí, y estas con el tratamiento gráfico del interior.

Dicho sistema se hilará por medio de la selección de tipos, la paleta de color, la composición, misceláneas, tratamiento de las imágenes, etc. Todas estas variables interactúan, poniendo de manifiesto el perfil de la revista.

La tapa de una revista debe ser memorable. Para el editor una buena tapa es aquella que más vende (cuanto más atractiva sea la tapa, más actos de compra generará). Tendencias conservadoras afirman que una buena tapa es aquella que muestra un rostro completo, preferentemente en tamaño natural, con los ojos dirigidos directamente a la cámara y con una "encantadora" sonrisa. Rodeado de tantos títulos como puedan introducirse. Esta "ley" se fundamenta en cierta precaución ante el fracaso, cerrando los caminos hacia posibles innovaciones.

Es habitual ver que los primeros planos de personajes famosos invaden las tapas de los semanarios populares femeninos, de modas, o espectáculos. Un criterio similar de impacto, comienza a aplicarse en las publicaciones de negocios o científicas, por inevitables necesidades comerciales. A pesar de que las opciones de resolución visual limitadas por la rigidez temática.

En revistas técnicas o de informática, la necesidad de comunicar ideas abstractas, obligan aplicar ilustraciones o trucos fotográficos.

Existen revistas que han logrado nuevas soluciones para tapas basadas en rostros. Ejemplos de ellos son la alemana **STERN**, que produce formas gráficas de gran potencia narrativa, con también **AVENUE**. La revista **KING** ha desarrollado una interesante combinación entre collage y la fotografía figurativa. **SPY** se caracteriza por sus famosos rostros montados en situaciones absurdas.

Las ediciones italiana y estadounidense de **VOGUE**, evidencian similitudes y diferencias en sus puestas tipográficas. Como también es probable que difieran en el nivel discursivo de las imágenes. Pues cada edición desarrolla rasgos individuales, en función de ajustarse al perfil de los lectores objetivo.

Más allá de tratamientos figurativos, narrativos y abstractos; la tapa basada en el texto adquiere un valioso impacto. Una buena construcción tipográfica, logra

despegarse de las portadas con las que compete en el kiosco. La configuración de texto e imagen diferirá según el perfil de la publicación y grupo de lectores al que se dirige. La naturaleza conceptual de la tapa, plantea el punto de partida. Se trata de un problema de diseño que precisa de una planificación previa. En tanto se valdrá de una imagen con un alto grado de pregnancia y pertinencia temática.

Del diseñador depende generar una imagen atractiva y dinámica, recortada para crear máxima fuerza y equilibrio, plantada rotundamente sobre el plano, tratada con un agudo sentido del color y habilidad para combinar varias líneas de texto en un espacio reducido.

Cuando las revistas no dependen de las ventas (de distribución gratuita, suscripciones, etc.) no existe la imperiosa necesidad de ganar lectores. Por consiguiente el factor impacto puede ser menos relevante y el logotipo de tapa no está obligado a ubicarse a la cabeza de la página. Puede recurrirse a imágenes más abstractas, los títulos anuncian el contenido, sin necesidad de "gritarlo". Apelando a la sensibilidad intelectual y estética.

En actualidad, vender es el objetivo primordial de las editoriales. La causa del acto de compra, depende en gran medida de la tapa de la revista. Razón por la cual el diseñador presta especial cuidado a lo que ella comunica. Valiéndose de elementos visuales que vehiculen el concepto correctamente.

APUNTE 16 Tapa de revista

página 1 de 1



Bibliografía:
Diseño de Revistas,
William Owen, Ed. Gustavo Gili. 1991, Barcelona.

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo.
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Profesor Titular
Jorge Gaitto

Profesor Adjunto Nivel 2
Carlos del Río

J.T.P. Nivel 2
Patricia Rodríguez Telis
Mijal Feierstein