



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Publicidad

Tesis Monográfica

La fotografía de la Revista Rolling Stone de Argentina.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Realizado por: Verónica Mariani
Director de la Carrera de Publicidad: Prof. Lic. Natalio Stecconi
Tutora de la Tesis: Prof. Lic. Susana Crosa
Asesor Metodológico: Prof. Lic. Leonardo Cozza
Asignatura: Seminario de Investigación

Buenos Aires, Octubre 2006
marianivero@yahoo.com

Índice

| | |
|---|------------|
| Agradecimientos | Página 2 |
| Índice | Página 3 |
| Introducción | Página 6 |
| Capítulo I: Revista Rolling Stone de Argentina | |
| I. 1. Revista Rolling Stone de Estados Unidos como antecedente de la revista local. | Página 8 |
| I. 1. a. Su historia. | Página 8 |
| I. 1. b. Su formato compositivo. | Página 17 |
| I. 1. b. 1. Tapa de Rolling Stone Estados Unidos. | Página 17 |
| I. 1. b. 2. Interior de la revista Rolling Stone Estados Unidos. | Página 28 |
| I. 2. Revista Rolling Stone de Argentina. | Página 42 |
| I. 2. a. Su historia. | Página 42 |
| I. 2. b. Su formato compositivo. | Página 55 |
| I. 2. b. 1. Tapa de Rolling Stone Argentina | Página 56 |
| I. 2. b. 2. Interior de la revista Rolling Stone Argentina | Página 84 |
| I. 3. La revista y su incursión por el Nuevo Periodismo como medio de expresión. | Página 140 |
| Capítulo II: Era de la imagen | |
| Introducción Capítulo II | Página 160 |
| II. 1. Era de la imagen. | Página 161 |
| II. 1. a. Qué es la imagen. | Página 161 |
| II. 1. b. Era de la imagen. | Página 171 |
| II. 2. Juventud argentina: su actitud frente a los medios de comunicación gráficos. | Página 181 |

| | |
|---|------------|
| II. 3. Descripción y análisis del lector target de la revista Rolling Stone Argentina. | Página 189 |
| II. 4. Fijación de agenda. | Página 199 |
| II. 4. a. Criterio de elección de artistas y temas incluidos en la revista. | Página 204 |
| II. 4. b. Nivel de participación en la producción artística fotográfica de los artistas entrevistados (basado en la necesidad del artista de cuidar su imagen). | Página 211 |

Capítulo III: La fotografía en la revista Rolling Stone de Argentina

| | |
|--|------------|
| Introducción Capítulo III | Página 223 |
| III. 1. Introducción a la Fotografía. | Página 224 |
| III. 2. Proceso de producción fotográfica en la revista Rolling Stone Argentina y criterio de selección de los fotógrafos que colaboran en ella. | Página 242 |
| III. 3. Fotógrafos nacionales que colaboran en la revista local y sus técnicas de resolución artística. | Página 253 |
| III. 4. Fotógrafos internacionales como referentes para la revista local y sus técnicas de resolución artística. | Página 264 |

Capítulo IV: Fotografía en los avisos publicitarios que componen la revista

| | |
|---|------------|
| Introducción Capítulo IV | Página 278 |
| IV. 1. Breve introducción a la publicidad. | Página 279 |
| IV. 2. Publicidad en la revista Rolling Stone de Argentina. | Página 288 |
| IV. 3. Breve reseña del perfil de las marcas anunciantes usuales de la revista. | Página 296 |
| IV. 4. Evaluación de la forma persuasiva y uso de la fotografía en los avisos publicados. | Página 315 |
| IV. 5. Impacto que producen los avisos sobre los lectores de Rolling Stone Argentina. | Página 329 |

Capítulo 5: Contenido textual versus contenido fotográfico

| | |
|--|------------|
| Introducción Capítulo V | Página 332 |
| V. 1. Análisis de la diagramación interior de Rolling Stone de Argentina para evaluar qué tipo de contenido ocupa mayor espacio físico en la revista y a cuál se le asignan las páginas principales. | Página 333 |
| V. 2. Investigación sobre a qué componente le da mayor importancia el lector. | Página 343 |
| Conclusión | Página 349 |
| Bibliografía | Página 353 |



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

La revista Rolling Stone de Argentina es una publicación mensual que trata sobre la cultura del rock y del espectáculo dirigida a un público joven. Su propuesta editorial diferencial desde sus comienzos, en la ciudad de San Francisco (Estados Unidos), es la de proveer una visión propia y profunda sobre hechos, fenómenos y personajes que se elijen para ser entrevistados y retratados. Para lograr este objetivo, presentan a los sujetos bajo la óptica del Nuevo Periodismo, cuyo precepto principal es convivir con el protagonista o indagar exhaustivamente un acontecimiento para poder comunicar la experiencia del cronista desde su punto de vista de la forma más completa y verdadera. Como resultado, se obtienen piezas periodísticas de larga extensión (entre 10.000 y 30.000 caracteres) que se constituyen como el rasgo característico que tradicionalmente ofrece Rolling Stone.

Pero la producción de la publicación se desarrolla dentro del marco de la era de la imagen (realidad que se aplica especialmente al público joven al cual se dirige Rolling Stone) la cual determina el predominio de la misma como forma de comunicación rápida y atrayente así como de efecto fugaz. Es debido a esto que se observa una preponderancia de material fotográfico de alta calidad creativa en las páginas de los ejemplares aunque en realidad su fuerte reside -en teoría- en su producción periodística.

Esta observación logra que se plantee la siguiente interrogación: los lectores de Rolling Stone de Argentina, aún disfrutando de la lectura de sus extensas notas y entrevistas, ¿pueden considerar que el material fotográfico es un componente determinante por sí mismo para basar su decisión de consumo del producto editorial?

Considerando el problema presentado, se buscará comprobar (a través de pertinentes investigaciones) que la era de la imagen predispone a los jóvenes a encontrar igual o mayor satisfacción en la fotografía como elemento de comunicación sobre un personaje o evento que la lectura de un texto extenso. Este razonamiento permite plantear la siguiente hipótesis: la fotografía es un componente determinante por el cual el lector tiene interés en la revista Rolling Stone de Argentina.

Con el objetivo de resolver este interrogante y advertir si la hipótesis planteada se comprueba o refuta, se realizará una investigación exhaustiva para comprender qué es la imagen y qué se caracteriza como la era de la imagen. Estos aportes permitirán efectuar un delineamiento del contexto que afecta la producción y comercialización de la revista Rolling Stone en Argentina. Para completar esta perspectiva, también se realizará un estudio sobre el público target de la publicación con el fin de comprender sus patrones de consumo en esta era mediática. Asimismo, se evaluará cómo el equipo editorial determina la agenda de sus contenidos fotográficos para poder razonar el poder de la imagen en la sociedad actual.

Al creerse también que la fotografía es el material comunicativo que mayor espacio ocupa en los ejemplares de Rolling Stone, se encuentra necesario para un mejor desarrollo teórico estudiar cómo se realizan las producciones fotográficas y, por ende, comprender la importancia que se le otorga desde el equipo editorial. Lo que se intentará comprobar es cómo afecta dicho protagonismo en los intereses de lectura por parte del lector.

Al tratarse además de una publicación comercial (compuesta por contenido editorial y publicitario), también se dedicará un capítulo al estudio de la fotografía en las publicidades pagadas en Rolling Stone de Argentina. El objetivo será comprender cuál es el papel que tiene y la importancia que posee la fotografía en los avisos. Esto permitirá comprender entonces si la revista en su totalidad se presenta como un producto más visual, donde la fotografía es preponderante, o si existe un equilibrio entre el texto y la imagen.

Por último, se estudiará cuál es la importancia que le otorga el lector de la revista al contenido fotográfico y al periodístico. Estos resultados, junto a todas las demás conclusiones parciales alcanzadas hasta el momento, serán definitorios para comprobar o refutar la hipótesis planteada.

I. 1. Revista Rolling Stone de Estados Unidos como antecedente de la revista local.

I. 1. a. Su historia.

“A rolling stone gathers no moss.”¹

Para poder realizar un breve desarrollo sobre la historia de la revista Rolling Stone de Estados Unidos, se utilizará como fuente bibliográfica al libro titulado “Rolling Stone The Complete Covers 1967-1997” (Las tapas completas 1967-1997), de los autores Michael Salisbury y Jann S., Wenner².

La revista Rolling Stone fue creada por Jann S. Wenner y el crítico de música Ralph J. Gleason en San Francisco (Estados Unidos) en el año 1967. El nombre dado a la publicación, que nació mitad revista y mitad periódico, surge como unión del viejo dicho anglosajón “una piedra rodante no atrae moho”, una canción con el nombre homónimo de Muddy Waters, la banda inglesa Rolling Stones (que nombraron a su banda por la canción de Waters) y por último, el título “Like a Rolling Stone” del primer álbum de rock & roll de Bob Dylan.

El objetivo de esta revista fue, desde un principio, que reflejara el mundo del rock & roll, con los cambios que se estaban produciendo en ese entonces. Pero Rolling Stone no es solamente sobre la música, sino también sobre el estilo de vida y las actitudes que la música implica. Nació como una versión declarada de objetividad y respeto hacia el rock e intentó ir más allá: quiso involucrarse desde 1967 en la realidad y participar en ella.

La revista nació inmersa en una época en la que dominaba la contracultura y los cambios en los valores éticos. Es por eso que Wenner adoptó el Nuevo Periodismo como forma literaria para informar y formar a los lectores, a través de una actitud irónica y con un tono humorístico pero, por sobre todo, se destacaba porque trataba temas que los medios tradicionales no

¹ “Una piedra rodante no atrae moho.” Viejo dicho anglosajón.

² MICHAEL, SALISBURY; JANN S., WENNER, *Rolling Stone The Complete Covers 1967-1997*, Nueva York, Editorial Harry N. Abrams, 1998.

comunicaban. Wenner sabía que su generación iba más allá de la música, es por eso que en su revista también fueron publicadas notas sobre drogas, política, groupies (chicas que seguían a bandas en sus giras por el país), hippies, deportes, crímenes, secuestros, gurús y cualquier otro tipo de expresión de vida norteamericana de la época. La autora Marta Rivera de la Cruz, en su reseña sobre el libro "Lo mejor de Rolling Stone"³, cuenta que el escritor Lawrence Right resumió así las pautas a seguir por el autor que pretendiera publicar en Rolling Stone: "No sólo ha de decir la última palabra sobre un tema, sino que el enfoque ha de ser descarado y el estilo vigoroso". A partir de ahí, no existen limitaciones de temas ni de espacio para las notas o entrevistas. Eso llevó a la publicación de notas de más de 30.000 palabras.

El logo original de la revista fue un diseño de Rick Griffin, artista de San Francisco (quien se caracterizaba por crear posters psicodélicos). El logo todavía era un boceto sin terminar pero debido a la urgencia de llevar a imprenta la primera copia, Wenner literalmente se lo arrebató como estaba. Recién la Rolling Stone número 3 fue impresa con el logo a color.

Wenner no supo comprender al comienzo de su emprendimiento lo que la tapa de una publicación realmente representa y significa. Pero al poco tiempo comprendió que la tapa define la identidad de la revista, que determina la cantidad de ventas y además le confiere un status especial al tema fotografiado o ilustrado en la tapa (aumenta la importancia del artista). Muchas de estas tapas fueron controversiales y fuertemente impactantes, y eso marcó el estilo Rolling Stone desde sus comienzos.

Rolling Stone salió a la calle el 10 de noviembre de 1967. La primera tapa fue histórica, no solo porque fue la primera de casi mil a venir, sino porque su fotografía demostró, inocentemente elegida, la unión casi matrimonial entre la música, el cine y la política que desde entonces hasta el día de hoy define a Rolling Stone. Esa fotografía era una toma de John Lennon en la película "Como gané la guerra"⁴.

Otra tapa importante fue la del número 22, que tiene como protagonistas a John Lennon y a su mujer Yoko Ono. Su importancia radicó en el hecho de

³ Reseña publicada en la página web <http://www.ucm.es/info/especulo/numero1/rolling.htm>

⁴ "How I won the war", película dirigida por Richard Lester y protagonizada por John Lennon, 1967.

que estaban desnudos y, en ese entonces, la desnudez se traslucía como una declaración política. Wenner comprendió que en sus lectores había una necesidad de ver a sus héroes tal como eran, y la desnudez llevaba a la forma gráfica esta exigencia. Así fue como Rolling Stone se presentó como la publicación pionera que desnudó a los famosos. Además, la edición 22 de la revista se constituyó como la primera que se agotó en los kioscos y tuvo que ser reimpressa para satisfacer la demanda. Pero aún más importante, con esta portada (y la especial relación que tenía Wenner con Lennon y su mujer) se logró que Rolling Stone obtuviera reconocimiento y legitimidad frente a los lectores.

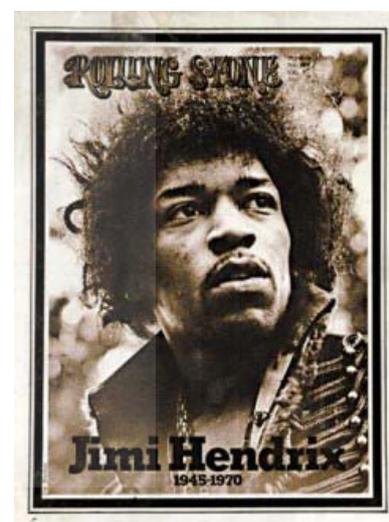
Con la muerte de los músicos Jimmy Hendrix y Janis Joplin (solo semanas después de la del guitarrista), Wenner aprendió que la muerte atrae a los lectores a comprar la revista. Frente a estas dos pérdidas, la redacción de Rolling Stone mostró su pesar con una simple foto de cada uno y la fecha de su nacimiento y fallecimiento como título, nada más. De esa manera se constituyó la forma Rolling Stone de rendir tributo a los artistas que fallecieron a partir de entonces: una tapa solemne y una extensa cobertura de la vida del artista en el interior de la revista.



Rolling Stone Número 1
Noviembre 1967



Rolling Stone Número 22
Noviembre 1968



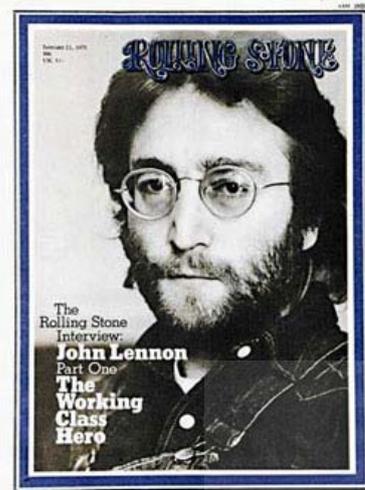
Rolling Stone Número 68
Octubre 1970

Cuando se fundó la revista, no existían fotografías propiamente del rock. Había por cierto algunos fotógrafos que fotografiaban a bandas como The

Beatles o The Rolling Stones pero solo en Inglaterra y eran muy pocos (entre ellos Sir Cecil Beaton). En Estados Unidos, las fotografías eran tomas de publicidad del artista, cedidas por la compañía discográfica, o tomas muy poco profesionales. Es por eso que Wenner decide cambiar esta situación, y para lograrlo contrata a Baron Wolman como el primer fotógrafo de la redacción. También fueron contratados otros fotógrafos de la costa oeste que estaban haciendo un buen trabajo, como Jim Marshall. No se caracterizaban por tener un estilo propio pero lo que sí los diferenciaba del resto de los fotógrafos de su época era que entendían a las bandas y a lo que éstas querían comunicar, por lo cual producían fotografías limpias y con un dejo artístico.

El primer director de arte de la revista fue Robert Kingsbury, un escultor de maderas y maestro que nunca había trabajado para una publicación. Pero su formación dotó a Rolling Stone de una excelente selección de fotografías en blanco y negro. Para las tapas, lograba transformar una simple foto en algo visualmente interesante (por ejemplo, cortando la figura y pegándola en un fondo de color), dando mayor carácter a la portada ya que en esa época todavía no se fotografiaba específicamente para la misma.

Linda Eastman Mc Cartney fue la primera mujer fotógrafa en la revista (trabajó con artistas como Eric Clapton, Janis Joplin y Jimmy Hendrix) hasta que en 1970, apareció en la redacción de Rolling Stone una estudiante de arte llamada Annie Leibovitz que luego revolucionaría la fotografía en Rolling Stone. Tuvo una entrevista con Kingsbury, quien vio en ella un gran potencial y la contrataron inmediatamente. Su primera gran asignación, en la ciudad de Nueva York, marcó un cambio radical en su forma de trabajar y en la forma de entender a la fotografía según Rolling Stone. Este trabajo consistía en fotografiar a John Lennon y el producto de este encuentro fue una toma en la que el músico se conectaba directamente con la fotógrafa. Lennon aparece mirando hacia el lente de la cámara pero directamente lo hace a Leibovitz. Ella llamó a esto "primer encuentro" con el sujeto y lo que implica es que la misma personalidad del artista se proyecta en la fotografía. A partir de entonces, buscó siempre lograr fotografiar la personalidad -la humanidad- del artista.



Esta es la fotografía tomada por Leibovitz en Nueva York, que luego fue publicada como imagen de tapa en la revista número 74 (Enero de 1971).

Según el Editor Wenner, la grandeza de esta imagen reside en su simpleza, con la cual se transmite la personalidad del músico inglés.

El trabajo de Leibovitz maduró y las tapas de Rolling Stone se convirtieron en una serie de retratos. Aún si la fotografía era de otro profesional, todas mostraron esa inclinación que Leibovitz había descubierto en Nueva York. Su estilo se basaba en darle una orientación de fotoperiodismo a su obra y la luz natural era elemento principal de su fotografía. Leibovitz se convirtió en la primera editora de fotografía de Rolling Stone.

En febrero de 1973 se comenzaron a imprimir las portadas a cuatro colores. Esto abrió nuevas posibilidades artísticas y estéticas. Unos meses después, también cambió el formato, pasando a ser tabloide.

Con estos cambios llegó a la redacción Michael Salisbury, constituyéndose el segundo director de arte de Rolling Stone (y el primero profesional). Salisbury se había desempeñado como director de arte de West, la revista dominical de Los Angeles Times, y su aporte a la revista fueron nuevos conceptos e ilustraciones para las tapas. Para poder entender la concepción de la estética que tenía Salisbury, se lo citará:

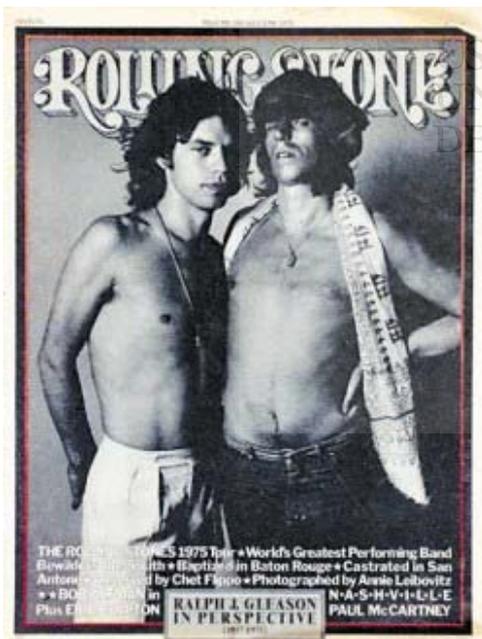
“La identidad de Rolling Stone no solo estaba en cómo se leía sino también en cómo se veía. Y eso estaba definido por la fotografía. La tipografía y el formato de periódico tenían la intención de darle a la joven publicación legitimidad y credibilidad pero las fotografías le daban personalidad y profundidad.”⁵

⁵ MICHAEL, SALISBURY; JANN S., WENNER, *Rolling Stone The Complete Covers 1967-1997*, Nueva York, Editorial Harry N. Abrams, 1998, página 9.

En septiembre de 1974, Tony Lane de la revista Harper's Bazaar, pasó a ser el tercer director de arte de la publicación. Su estilo se basó en hacer las portadas similares a posters y la mayoría de las fotos que las conformaban eran de Leibovitz.

La editora de fotografía seguía formándose en la profesión y Richard Avedon, prestigioso fotógrafo, se estableció como una de sus más fuertes influencias. Avedon tenía un estilo más formal de trabajo, que incluía estudios y hacer posar a los artistas en ellos. Así fue como Leibovitz creó su primera tapa en estudio, que tenía como protagonistas a Mick Jagger y Keith Richards, de los Rolling Stones (edición número 191, julio 1975). Fue en esa misma época que Gleason, co-fundador de Rolling Stone, muere.

En 1975 la edición que hizo famosa a la revista Rolling Stone en todos los Estados Unidos fue la que contenía la nota sobre el secuestro de Patty Hearst. Rolling Stone contó a su manera el secuestro, los viajes, el lavado de cerebro y la conversión de Hearst en Tania, un miembro más del grupo que la había secuestrado. Fue la primera tapa desde marzo del 68 que contenía el comienzo de la nota, que luego se explayaría en el interior de la revista. Esta estética fue tomada por Wenner del la revista dominical del diario The New York Times. Esa edición, número 198 octubre de 1975, se agotó varias veces.



Rolling Stone Número 191
Julio 1975



Rolling Stone Número 198
Octubre 1975

En 1976 Rolling Stone publica "The Family" ("La Familia"), una serie de retratos a políticos norteamericanos hechos por Richard Avedon y por ello la revista ganó el premio National Magazine Award. Ese evento marcó el comienzo de la relación entre Avedon y Rolling Stone. Ese mismo año Roger Black asume el puesto de director de arte. Al ser tipógrafo, la tipografía en la revista cobró importancia y una nueva dimensión.

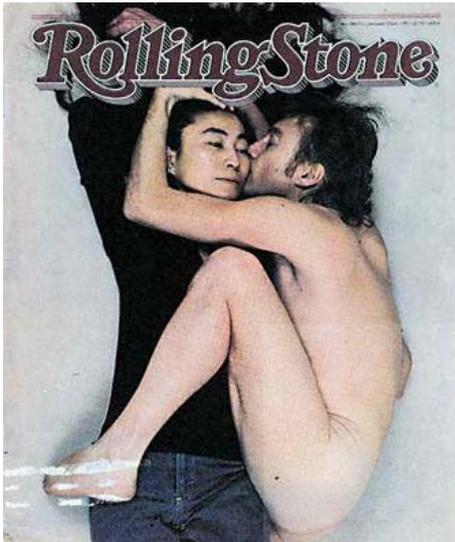
En 1977 la publicación se mudó desde San Francisco a Nueva York. A cinco días de arribar en dicha ciudad, el músico Elvis Presley muere, convirtiéndose inesperadamente en la nueva tapa de Rolling Stone ya instalada en la costa este. Se convirtió en la edición más vendida de la historia de la revista.

Para el décimo aniversario de la revista, en diciembre de 1977, cambia el logo por primera vez desde su nacimiento por uno más sobrio. El nuevo fue creado por Jim Parkinson, quien pasó a formar parte de la redacción como diseñador de tipografía. Su diseño se constituía por ser más sólido e introdujo las letras en minúscula y, a la vez, mantuvo la tradicional sombra del antiguo. Según la editorial de esa edición, Wenner explicó que el nuevo logo quería simbolizar: "respeto por nuestros orígenes, consideración de ideas nuevas y abiertos a los tiempos que vienen."⁶

En 1980, por consejo del músico Jagger, se reintegra al logo de la revista los círculos en la base de la letra final E y la onda bajo la G. El nuevo logo trajo consigo el cambio de un papel de impresión de mayor calidad.

En 1981 Rolling Stone fue el último testigo en ver con vida al músico inglés John Lennon. Leibovitz le tomó la última foto en su departamento en Nueva York antes de que fuera asesinado. Por primera vez en la historia de la revista, se imprime en la tapa aquella fotografía de Yoko Ono vestida y su marido abrazándola totalmente desnudo, sin titular alguno.

⁶MICHAEL, SALISBURY; JANN S., WENNER, *Rolling Stone The Complete Covers 1967-1997*, Nueva York, Editorial Harry N. Abrams, 1998, página 16.



Rolling Stone Número 335
Enero 1981

Esta fue la portada más importante de Leibovitz y su trascendencia reside, no solo en su belleza e impacto visual, sino también porque fue el último retrato del músico inglés antes de que fuera asesinado. Además, en el año 2005, fue premiada como la mejor portada de revista (entre cuarenta) que, desde 1965, se publicaron en los Estados Unidos. El galardón fue otorgado por la asociación estadounidense American Society of Magazine Editors (ASME). Esta información fue publicada en la revista Rolling Stone N. 92, Buenos Aires, Noviembre 2005, página 32.

En 1983, luego de diez años como editora de fotografía e innumerables contribuciones fotográficas, Annie Leibovitz deja la revista.

Leibovitz no fue reemplazada inmediatamente, y fotógrafos como Avedon, Albert Watson, David Bailey, Hiro y Bonnie Schiffman hicieron tapas y producciones para la revista.

Al irse Roger Black de la revista, otros lo siguieron en su puesto de director de arte, como Bea Feitler, Mary Shanahan y Derek Ungless.

En los años ochenta, Herb Ritts fue quien se destacó como un excelente retratista de famosos de esa época. Dirigía sus sesiones de fotografía como si fueran películas y supo ver y retratar la sensualidad de los artistas bajo su lente. Entre otros, fotografió a Tom Cruise, Bruce Springsteen y David Bowie pero su trabajo con la cantante Madonna fue considerado por su editor, Wenner, como su obra maestra.

En 1987, Wenner convocó como director de arte a Fred Woodward, buscando conseguir con él frescos cambios. Se avecinaba en ese entonces el aniversario número veinte de la publicación y Woodward logró unir el nuevo aspecto de la revista con la estética del pasado. Bajo su dirección, la revista ganó varios premios en diseño y él mismo ganó un lugar en el Art Director's Hall of Fame (Salón de la Fama de los Directores de Arte). Según Wenner, la

clave de su éxito constaba en su entendimiento de la fotografía, tipografía y conceptos, logrando de esa forma un armonioso equilibrio.

En la década del 90 Wenner contrató a Mark Seliger como editor de fotografía. Fue el primero desde la partida de Leibovitz. Como fotógrafo se caracteriza por preparar minuciosamente las producciones y averiguar todo lo que puede sobre el artista en cuestión. Seliger se instruyó bajo la escuela Rolling Stone y es por eso que considera más productivo pasar días con el entrevistado para lograr de esa forma conseguir la toma que realmente revele la personalidad del mismo.

Jann S. Wenner continúa hasta el día de la fecha⁷ como editor en jefe de la revista.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

⁷ 26 de octubre de 2006.

I. 1. Revista Rolling Stone de Estados Unidos como antecedente de la revista local.

I. 1. b. Su formato compositivo.

Para analizar el formato compositivo de la revista Rolling Stone de Estados Unidos, se han tomado tres ejemplares que datan del año 1997 (los números 752 de enero, 753 de febrero y 757 de abril). La selección de estas tres ediciones es azarosa y responde a la necesidad de ejemplificar gráficamente los conceptos a desarrollar a continuación. Primero se analizará la estructura de la tapa de la revista norteamericana, y en segunda medida se examinará su contenido.

I. 1. b. 1. Tapa de Rolling Stone Estados Unidos:

La tapa de una revista es su portada, es la primera plana impresa y su presentación frente a los lectores (actuales o potenciales). Su característica principal es introducir al público los temas que se tratarán en su interior de una forma creativa y clara con el fin de, no solo captar su atención, sino también impulsar su compra.

La tapa de Rolling Stone tiene una importancia sin precedente. Salir publicado en la misma es legitimizar al personaje, ubicarlo en el plano de lo conocido. Tan importante es salir en ella que hasta una canción se ha inventado sobre esa tan particular sensación¹.

Personajes de diversas artes y de distintos países anglosajones (como Inglaterra, Irlanda, Canadá, y por supuesto, Estados Unidos, entre otros) posaron para fotógrafos desde los comienzos de la publicación. Muchos de ellos vieron su carrera lanzarse a magnitudes masivas por el solo hecho de haber posado para fotógrafos como Annie Leibovitz, Herb Ritts o Mark Seliger.

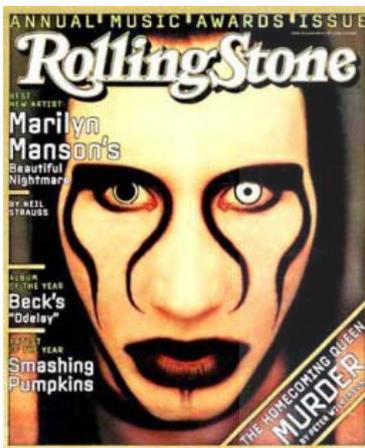
Para poder entender la importancia de la tapa de Rolling Stone para el mundo artístico, se citará al músico norteamericano Tom Petty:

¹ Creada por la banda estadounidense Dr Hook & the Medicine Show.

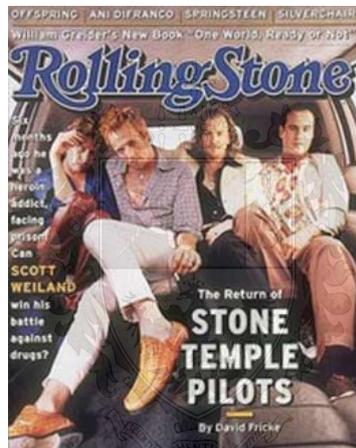
“Estar en la tapa de Rolling Stone tiene un aspecto intangible, como “Llegaste”.²

Pero más allá de lo que implica espiritual y comercialmente la tapa de la revista para un artista, tiene un tratamiento en diseño que merece ser analizado.

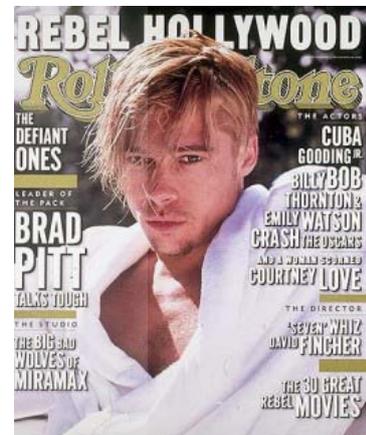
Las tres tapas a estudiar pertenecen al año 1997 y presentan a los siguientes artistas: en la edición 752 de enero está el cantante Marilyn Manson; en la 753 de febrero está la banda Stone Temple Pilots y en la 757 de abril está el actor Brad Pitt (todos artistas estadounidenses).



Rolling Stone N. 752
Enero 1997



Rolling Stone N. 753
Febrero 1997



Rolling Stone N. 757
Abril 1997

Logotipo:

El logo de Rolling Stone es siempre el mismo desde su último rediseño en el año 1980 por consejo del músico Mick Jagger (sobre la última adaptación hecha en 1977 por Jim Parkinson). Lo que varía es el color de su interior, y la elección de ese color va a depender del color dominante de la fotografía, ya porque se quiere utilizar el mismo o porque se quiere crear contraste y, por ende, se usa un color complementario. En cuanto al tamaño del logo, siempre se mantiene igual y en la misma posición de la tapa: en el hemisferio superior y centrado. Recién se ha mencionado al contraste como un objetivo que se logra

² MICHAEL, SALISBURY; JANN S., WENNER, *Rolling Stone The Complete Covers 1967-1997*, Nueva York, Editorial Harry N. Abrams, 1998, página 116.

a través de la manipulación de elementos. El contraste es un recurso importante en el diseño ya que es el medio que se emplea para intensificar el significado y por lo tanto simplifica la comunicación. Esta es la fuerza vital que se utiliza para la creación de un todo coherente y una poderosa herramienta de expresión³. Se considera importante definirlo porque el contraste es el medio más usado por la revista para sacudir, estimular visualmente y llamar la atención del lector de Rolling Stone, que necesita de estímulos fuertes e impactantes para también retener su atención todos los meses.

El logo puede aparecer por encima o por debajo de la cara o cuerpo del artista retratado. La razón por la cual el logo muchas veces aparece tapado es debido a la fuerza de la engrama. Ésta es la fuerza de recordación o identificación que el lector tiene de una marca, en este caso del logo de la revista. No importa cuánta superficie del mismo se lea en la tapa, en la mente del lector ya está instalado y es por eso que lo puede reconocer⁴.

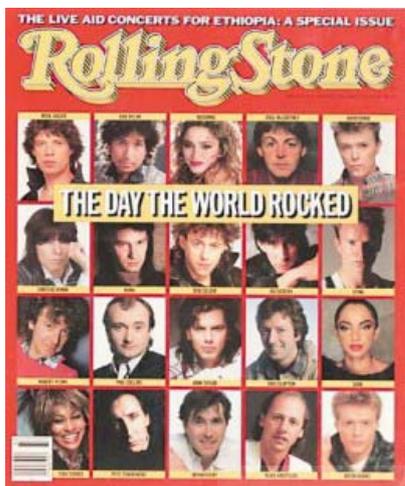
Fotografía:

Otro elemento de suma relevancia en la tapa es la fotografía. En los tres casos estudiados, hay una sola fotografía sobre el artista principal. La persona que aparece en la tapa es considerada como la historia principal de la edición, que luego será desarrollada en profundidad en el interior de la revista a través de una entrevista (en la mayoría de los casos).

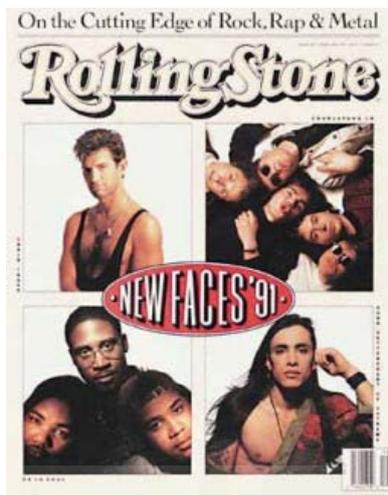
Las otras variantes que se presentan en cuanto a fotografía en la tapa de Rolling Stone es la ubicación de más de una fotografía en la misma. Ese fue el caso de la edición 454 (un especial del recital Live Aids, en agosto de 1985) y de la edición 602 de abril de 1991 (donde se encuentran 4 fotos de distintos músicos formando un cuadrado) entre otros. Pero por lo general Rolling Stone solo pone una fotografía del artista o banda en la portada, que es tomada exclusivamente para la producción de la revista.

³ CFR RUDOLF, ARNHEIM, *Arte y percepción visual. Psicología de la visión creadora*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1979.

⁴ Explicación detallada en manual de apuntes redactado por el Lic. Prof. Luís Mestrovic, en su cátedra de Creación Publicitaria II (2002).



Rolling Stone N. 454
Agosto 1985



Rolling Stone N. 602
Abril 1991

Ilustraciones:

Una segunda forma de retratar a un artista o una banda es a través de una ilustración. El editor Jann Wenner, algunas semanas antes de que apareciera el primer ejemplar argentino, le recomendó al editor local Víctor Ghitta en sus oficinas de Nueva York, que no ponga ilustraciones en la tapa porque “no funcionan en los kioscos”⁵. Pero aún contradiciendo su propio consejo, muchas veces se han ilustrado a artistas para la tapa de la revista norteamericana. Tales son los casos de las ediciones 17, ilustración hecha por Rick Griffin en septiembre de 1968, la 509, en la cual hay una caricatura del músico Michael Jackson hecha por Anita Kunz en septiembre de 1987 y la 581, donde está el personaje Bart Simpson ilustrado por su creador Matt Groening en junio de 1990, entre otros.



Rolling Stone N. 17
Septiembre 1968



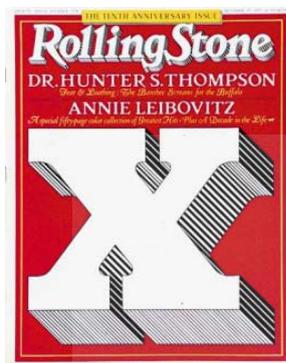
Rolling Stone N. 509
Septiembre 1987



Rolling Stone N. 581
Junio 1990

⁵ Editorial. Rolling Stone Argentina N. 32, Buenos Aires, Argentina, Noviembre 2000, página 7.

Una tercera forma de ilustrar la tapa de la revista es a través de la tipografía. Tal fue el caso de la edición especial por los diez años (diciembre 1977, tipografía por Jim Parkinson) y por los veinte años (diciembre 1987, mismo autor de tipografía).



Rolling Stone 254
Diciembre 1977



Rolling Stone 512
Diciembre 1987

Títulos:

En las primeras dos ediciones estudiadas (752 y 753), se puede observar que los títulos en la tapa son escasos. Se remiten al tema principal de la revista (el artista de tapa) y hay solo entre tres y cinco títulos más breves sobre temas que también serán tratados en la publicación. En el caso de la edición 753, hay una introducción a lo que será la nota sobre la banda Stone Temple Pilots (de ahora en más llamados STP), introducción que no se ve en ninguna de las otras dos revistas estudiadas. La misma concluye con una pregunta retórica que atrae al lector a querer saber más sobre ese tema, aún si la banda no es de su preferencia. Ese es un recurso publicitario para implicar al consumidor que usa también Rolling Stone para aumentar la venta en kioscos.

En el caso de la edición número 757, hay un mayor número de títulos. Eso se debe a que es una edición dedicada casi exclusivamente al cine y se quiere mostrar al lector qué encontrará en su contenido. Se puede ver sobre el logo de la marca la frase "Rebel Hollywood" (Hollywood Rebelde), la cual se constituye en otra forma de anticipar de qué tratará esa edición en particular.

Se puede agregar también que en la edición norteamericana de la revista se firma -bajo cada título que promociona una nota- con el nombre del

autor de la misma. Eso es algo que no ocurre usualmente en la versión local de Rolling Stone.

Tipografía:

La tipografía, por lo general, es siempre del mismo color excepto que se quiera resaltar palabras en particular, como es el caso de la tapa de STP, donde se destaca el nombre del cantante de la banda, Scott Weiland (protagonista de la nota). También se diferencia con color el título de la nota con la muy breve explicación sobre la misma. Un ejemplo de este recurso gráfico está en la tapa de Pitt, en donde las palabras “The Director” están en negro y “Seven Whiz David Fincher” están en blanco.

Se aprecia entonces que los elementos están coordinados con el fin de darle unidad a la tapa. Es por eso que hay leyes de percepción que se aplican al diseño de la portada de la publicación. Se verán cuáles son y porqué se aplican.

La Teoría de la Forma es un desarrollo de la Escuela Psicológica de la Gestalt, fundada en Alemania a principios del siglo XX por Max Wertheimer. Ésta sostiene la importancia de la totalidad, forma o gestalt, lo cual implica que, en la percepción, lo que se capta como dato primero es un todo, una estructura donde los miembros se hallan organizados jerárquicamente. Entonces, su ley básica de percepción visual, afirma que todo patrón estimulante tiende a verse de modo tal que la estructura resultante sea tan simple como lo permitan las condiciones dadas⁶ (tendemos a ver de la forma más simple posible). Esa es la razón por la cual el papel del diseñador es de suma importancia. En palabras de Ronald Shakespeare (diseñador gráfico): “el rol del diseñador de comunicación es facilitar el acceso a la comunicación (...)”⁷

A esta necesidad de claridad en la transmisión del mensaje se debe que hay leyes que se observan aplicadas en el diseño de la tapa de Rolling Stone para que la percepción sea más simple, se evite la ambigüedad y el lector pueda comprender con una sola mirada qué es lo que va a encontrar en el

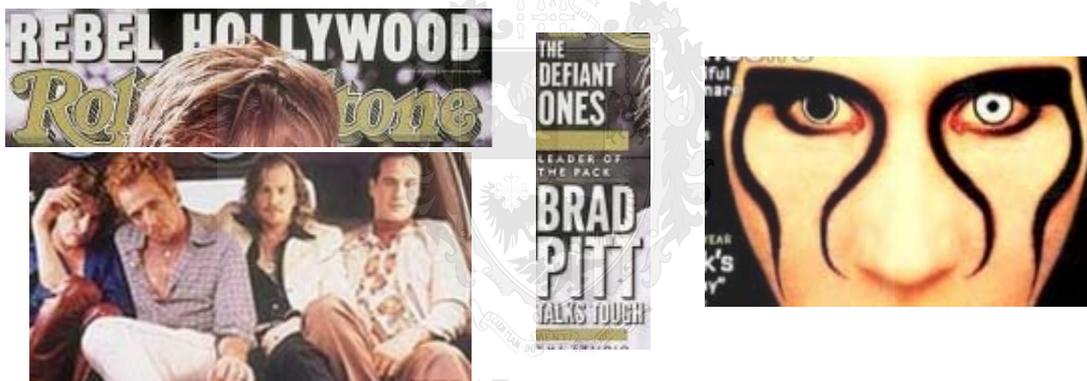
⁶ CFR RUDOLF, ARNHEIM, *Arte y percepción visual. Psicología de la visión creadora*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1979; y guía didáctica Lic. Prof. Ivonne Laughier (Cátedra Psicología II, año 2000).

⁷ RONALD, SHAKESPEARE, *Señal de diseño. Memoria de la práctica*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 2003, página 19.

interior de la revista. Estas leyes se refieren a factores que hacen que ciertas partes se vean más coherentemente relacionadas que otras.

Siempre teniendo como ejemplo las ediciones 752, 753 y 753, el análisis indica que hay determinadas leyes de percepción que se ven aplicadas en las tapas de la revista Rolling Stone.

Por ejemplo, la semejanza en el tamaño de elementos permite que haya una unión conceptual en la mente del lector, simplificando la percepción (ley de agrupamiento por similitud de tamaño). En el caso de la edición del actor Pitt, hay una agrupación entre el título "Rebel Hollywood" y el logo Rolling Stone. Ambos son del mismo tamaño y longitud. Lo mismo ocurre con las dos columnas de tipografía en la misma edición por ser de similar tamaño. En el caso de la revista de STP, los cuatro cuerpos de los músicos son de similar tamaño dándole armonía a la fotografía (simplifican el espacio).



En cuanto a la similitud de forma, en la tapa de Pitt se puede ver que las líneas divisorias de los títulos son de la misma longitud (aunque no todas sean del mismo grosor). Eso le da mayor unidad al conjunto de tipografía que constituye cada columna. En la edición de Manson, la similitud de forma se encuentra en las líneas negras que rodean los ojos del cantante, que además son de perfecta simetría. La simetría confecciona diseños limpios y nítidos, es tranquilizadora.

Cuando el resto de los elementos que rodean a la simetría son desestructurados, puede crear en su conjunto una tapa equilibrada, ya que ambas fuerzas se contraponen. Ese contraste se debe a que muchas veces la mente del lector exige una estimulación para evitar el aburrimiento, sobre todo

en una publicación como Rolling Stone, que siempre busca interactuar constantemente con su público, tanto intelectual como visualmente.

También se observa asociación por color. Esta ley se presenta en muchos de los elementos que hacen a las tres portadas. En el caso de Manson, hay concordancia entre el color de la tipografía de mayor tamaño con el color del interior del logo. El borde del logo es del mismo color verde musgo con el cual fue pintado la caja de la tapa y la tipografía de menor tamaño, logrando mayor asociación. El color negro de la boca y las líneas que rodean los ojos se asocian con el negro del fondo de la fotografía, logrando un contraste con los colores más luminosos que se usaron para el resto de los elementos mencionados. En la portada de Pitt, la asociación por color se da en las líneas divisorias de los distintos títulos con el color del logo de Rolling Stone. La bata blanca que usa el actor también se asocia con la tipografía de los títulos y, en el hemisferio superior de la tapa, en el título Rebel Hollywood, otorgándole un cierre armonioso a la estructura de la tapa. Por último, en la tercera edición estudiada de STP la asociación de color se da, primero en la tipografía blanca, en segunda medida por el color naranja de los zapatos del cantante Scott Weiland con las líneas de la tapa y con su mismo nombre en el texto de introducción y por último, en la camisa azul de Dean de Leo (primero desde la izquierda) con el azul del logo de Rolling Stone.



A mención de la luminosidad, cabe aclarar que la misma da mayor peso visual (lo blanco y claro atrae más que lo oscuro). Es por eso que la bata que esta usando el actor Pitt tiene mayor peso que el fondo oscuro de la fotografía.

Eso produce que haya una asociación de color más rápida que si se tratase de un color oscuro.

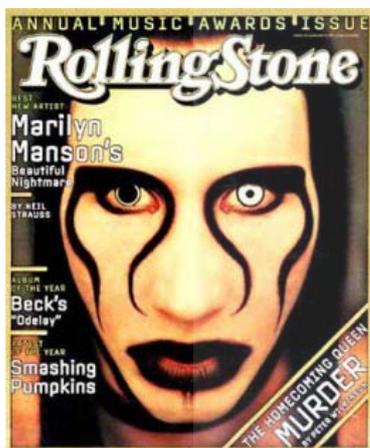
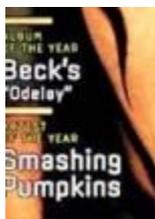
Excepto en un solo caso, la tipografía tiene la misma dirección que el logo de la revista (dando a lugar a la ley de asociación por dirección). Esa excepción es la que se encuentra en la tapa de Manson, en el vértice inferior derecho. Es el título de la nota de un asesinato⁸. Al ponerlo en diagonal corta con la monotonía de los textos en horizontal, creando una tensión en la mirada de los lectores y llama la atención. El caso de la tapa de Pitt es el más claro con respecto a asociación por dirección. Todos los elementos están alineados de forma horizontal (tipografía, logo y líneas divisorias). Esto ayuda a encausar la lectura de la tapa (Rolling Stone marca el sentido de la lectura). También se asocian las líneas de la sombra del logo, que van de forma diagonal, cortando con la monotonía de lo vertical que predomina en toda la portada. Es otra forma de crear tensión en el ojo del lector.



A su vez, se puede observar aplicada en las portadas la ley de proximidad. El más claro ejemplo son los grupos de tipografía que asocian las palabras sobre una nota a modo de introducción de lo que se puede leer en el contenido de la revista (agrupan títulos diferenciándose del resto de los títulos). Hay un patrón o una pauta visible de esta asociación y lo marca la distancia que hay entre título y título y las líneas que los separan. También esta ley se da en la fotografía. En el caso de la tapa de los STP, hay proximidad en los cuerpos de los cuatro músicos (no hay espacio entre ellos). Eso le da unión a la fotografía y permite que la percepción sea más fácil por parte del lector (lo toma

⁸ "The Homecoming Queen Murder" By Peter Wilkinson ("El asesinato de la reina del baile" Por Peter Wilkinson).

como una unidad a pesar que sean cuatro personas). Se destaca que esta ley está ligada con la ley de similitud de color porque la tipografía tiene el mismo color y hace que se vea más próxima.



Como resumen de todas las leyes de percepción que se observan aplicadas en la portada de la Rolling Stone, se dará un ejemplo para verificar cómo el total de los elementos deben tener una relación armónica entre sí para que sea más fácil la percepción por parte del lector. Para cumplir con dicho objetivo se tomará la tapa de Manson y se contará como bibliografía de apoyo al libro de Rudolph Arnheim⁹.

En la portada en estudio, se puede advertir que el logo está en blanco para contrastar con el fondo negro de la fotografía (que de por sí, es de clave baja). Al estar el logo en blanco (clave alta), se produce un contraste en la tapa que equilibra la percepción visual, haciendo más armónica la lectura para el lector (el contraste facilita la percepción). El resto de la tipografía que constituye a los títulos, está en blanco para los de mayor tamaño y para los de menor tamaño está en el mismo verde musgo que se usó para colorear la caja (borde) de la tapa. Con el fin de suavizar el contraste, se usó el verde musgo para que acompañe al color amarillo del rostro del artista. De esa forma se logra el equilibrio necesario para que el conjunto de elementos del total de la tapa arme un todo armónico.

Se descubre otro recurso del diseño gráfico en las tapas estudiadas y es el recurso de enmarcamiento (que también se advierte en el contenido interior de la revista, pero se ve más claramente en su portada). El enmarcamiento

⁹ RUDOLF, ARNHEIM, Ob. cit.

logra que se concentre la atención del receptor en los elementos enmarcados, delimitados a través de unidades gráficas. En el uso de la tapa, es un recurso importante para resaltar títulos principales. Tal es el caso de la edición de STP, en donde se puede percibir que las piernas del segundo y cuarto integrante de la banda (empezando desde la izquierda) enmarcan el título que da nombre a la nota sobre la misma. No es coincidencia que ambos músicos tengan pantalones de color claro y en la misma gama, y que el integrante que se encuentra entre ellos tenga un pantalón de color negro. Eso implica que no solo enmarca de acuerdo a la posición de las piernas (que se inclinan hacia el título) sino que también enmarca por el valor de la prenda, mucho más claro que el resto de los elementos del contexto inferior de la fotografía.

En el caso de la tapa de Pitt, el enmarcamiento se produce por las dos columnas de tipografía que se encuentran a los costados de la página (delimitación casi simétrica), enmarcamiento que se termina de configurar con el logo de Rolling Stone en la parte superior de la misma. Lo que se destaca de esta forma es el rostro y la parte central del cuerpo del actor.



Otro recurso gráfico que se encuentra en la portada tanto como en el interior de la publicación, es el uso del foco diferenciado. Lo que se logra con esto es poner en foco la figura del artista o del elemento principal de la tapa (y no el fondo) para crear un solo punto de atención y que la percepción de la fotografía sea más simple por parte del lector. Además de concentrar la atención en donde el diseñador gráfico o el fotógrafo quieren, se resalta la importancia de la sección que está en foco. Hay tres formas de lograr el foco diferenciado:

- a) alterar el diafragma de la cámara de fotografía para cambiar la profundidad de campo (así se determinan las áreas de foco),

- b) a través de uso del lente teleobjetivo y
- c) con el software de diseño sacar de foco las partes que no interesan recalcar.

El ejemplo más concreto es la fotografía de Brad Pitt, que tiene en foco el cuerpo y cara del actor, y fuera de foco está todo el fondo de donde él estaba ubicado (centraliza la atención en la figura). En el caso de la tapa de Marilyn Manson, los ojos y la boca están en mayor nitidez que el resto de la fotografía.

Todos los elementos que conforman la tapa de la revista Rolling Stone y los recursos de diseño que en ella actúan tienden, como se ha querido demostrar, a lograr el equilibrio en la misma. Definiéndose a equilibrio como el estado de un cuerpo en el cual las fuerzas que operan sobre él se compensan mutuamente y estado de distribución de las partes por el cual el todo ha llegado a una situación de reposo¹⁰, se considera que las tapas de la revista logran ese equilibrio y por ende, facilitan la percepción por parte del lector.

I. 1. b. 2. Interior de la revista Rolling Stone Estados Unidos:

El contenido de la revista es todo material incluido en su interior: fotografía, ilustraciones, texto, elementos de diseño y publicidad. Todos ellos se ven distribuidos con un propósito determinado en la retícula de cada página diseñada. La retícula es la base sobre la que se asientan dichos elementos gráficos, y la esencia del mensaje a transmitir y el estilo de comunicación influye en la distribución (existe también la retícula en la portada de la revista, todo está hecho en base a una grilla)¹¹.

La creación de la retícula permite que se constituyan columnas para ubicar los elementos. Cuantas más columnas haya, mayor versatilidad habrá para la disposición de los elementos. En la revista Rolling Stone estadounidense, el promedio de columnas por página es de cuatro y, por lo general, las principales notas -las que han sido promocionadas en la tapa- tienen tres columnas (pero no siempre es el caso).

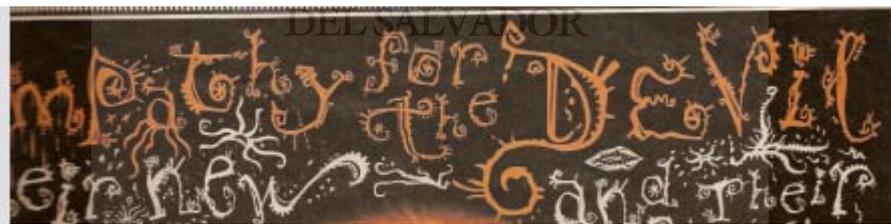
¹⁰ RUDOLF, ARNHEIM, Ob. cit., páginas 8 y 9.

¹¹ Información teórica brindada por el Lic. Prof. Luís Mestrovic en su guía didáctica "Elementos básicos de la tipografía y de la maquetación por ordenador", cátedra Creación Publicitaria II, año 2003.

Rolling Stone tiene un uso muy dinámico de sus columnas ya que mezcla fotografías con texto, epígrafes con líneas -algunas con una función divisoria y otras meramente estéticas-, destacados con citas de artistas y notas con publicidades de media página o tres cuartos de página, entre otros elementos del diseño. Lo que se percibe que la publicación intenta con esto es dialogar con el lector, presentándole diversidad de estímulos para que nunca se aburra y tenga nuevos focos de atención todo el tiempo que cambia de página.

A continuación, se examinará a cada uno de los elementos del diseño por separado:

- Títulos: Cumplen con las funciones de introducir una historia concreta, de remarcar una información y atraer la atención del lector. La tipografía es de cuerpo y grosor superior al texto, y se caracterizan por ser breves y concisos. La nota de Marilyn Manson está introducida con el título “Simpatía por el diablo”. Es corto, conciso, remarca la personalidad del cantante y llama la atención del lector al tratarse de una frase controversial. La tipografía de los títulos es diversa y cumple más con una función estética que informativa. Cada nota tiene su tratamiento de diseño exclusivo y eso se manifiesta principalmente en el título (que a veces presenta dificultad de lectura en una primera mirada).



- Texto: Su función es narrativa. En la revista, el texto no se excede de sus límites, demarcados por las columnas (ya sean tres o cuatro) y presenta las siguientes características: el interlineado es uniforme, el cuerpo de la letra se mantiene igual a lo largo de todo su desarrollo y el espacio entre letras es estable. La tipografía del texto es siempre la misma. La variación que se produce en casos específicos es presentarla en negrita o en itálica.

- Imágenes: Hay dos tipos de imágenes en Rolling Stone: fotografía e ilustración. Ambas sirven para reforzar la atención, comprensión, recuerdo y credibilidad del texto. Eso demuestra que tienen una función que va más allá de lo puramente estético: permiten comunicar algo y solo poseen sentido si existe un vínculo con el texto. Ese vínculo es, en muchos casos, mostrar de forma gráfica la personalidad o actitud del artista, enseñarle al lector cual es el arte de tapa de un nuevo disco de una banda o presentar fotografía como documento cuando se requiere. Y esas son solo algunas de las posibilidades que demuestran la capacidad icónica de una imagen.

En cuanto a diseño, tanto las fotografías como ilustraciones pueden atravesar las columnas, tomar tamaños que abarquen distintas proporciones de las mismas, pueden hasta salirse de la caja y se ubican de forma más flexible que el texto, por ende, visualmente estimulante. Por lo general son a todo color pero también hay fotografías e ilustraciones en blanco y negro. Otra característica que presentan es que suelen estar contenidas dentro de bordes, y estos son, generalmente, negros, de distinto grosor (dependiendo de la estética de la nota) y cuadrados.



Ejemplo ilustración



Ejemplo fotografía
arte de tapa

- Epígrafes: Salvo escasas excepciones (como retratos de páginas enteras), todas las fotografías de Rolling Stone de Estados Unidos tienen epígrafes. Hay dos tipos de epígrafes: breves explicaciones de quién es el protagonista de la foto y dónde o cuándo fue tomada la foto, o una cita de esa persona, un extracto de la nota. Un ejemplo del primer

caso es el epígrafe de una foto de cuatro porristas, en la nota sobre el asesinato de una chica estadounidense: “Porristas: Miki (centro izquierda) y su hermana, Kelli (centro derecha), en 1992”¹². El ejemplo del segundo caso, donde se coloca una cita, es el epígrafe de una foto del actor Michael Douglas junto al director David Fincher en el set de filmación de la película “El Juego”: ““Sentís como que harías cualquier cosa por él,” dice Michael Douglas mientras el director David Fincher alinea una toma.”¹³

- o Destacados: La edición norteamericana de Rolling Stone utiliza mucho los destacados para resaltar información importante contenida en el artículo y utilizan recuadros para remarcar su relevancia. No siempre estos recuadros tienen los cuatro bordes, y muchas veces solo es el espacio lo que determina que se trata de un cuadrado y no de otra forma geométrica. Por lo general respetan el espacio determinado por las columnas, pero a veces pueden excederse de sus límites. Algunos ejemplos son:

Ejemplo Número 1¹⁴:

ERA UN SECRETO CONOCIDO QUE JERRY WARREN ESTABA VENDIENDO

CRACK. “REGALABA MAS DROGA DE LO QUE VENDÍA”, DIJO.

Ejemplo Número 2¹⁵:

Los líderes asiáticos que menospreciaban el entendimiento occidental del individualismo se darán una brusca sorpresa. El comercio invade con ideas revolucionarias y desafíos.

¹² Epígrafe extraído de la nota “El asesinato de la reina del baile”, Rolling Stone Estados Unidos N. 752, Nueva York, Estados Unidos, Enero 1997, página 61.

¹³ Epígrafe extraído de la nota “Juego Bizarro”, Rolling Stone Estados Unidos N. 757, Nueva York, Estados Unidos, Abril 1997, página 52.

¹⁴ Destacado extraído de la nota “El asesinato de la reina del baile”, Rolling Stone Estados Unidos N. 752, Nueva York, Estados Unidos, Enero 1997, página 58.

¹⁵ Destacado extraído de la nota “Un mundo. Preparados o no.”, Rolling Stone Estados Unidos N. 753, Nueva York, Estados Unidos, Febrero 1997, página 41.

- Líneas: La revista utiliza mucho el recurso de las líneas para dividir secciones que pueden compartir una misma página. Esas líneas se caracterizan por ser flexibles, ya que varían de acuerdo a las necesidades periodísticas. Pueden ser verticales y horizontales, ser una o más por página y los colores dependen del contexto. Si se trata de líneas que dividen secciones, en el caso de las tres ediciones estudiadas son siempre de color azul eléctrico y su grosor es de seis puntos. En las notas principales, prácticamente no hay líneas y si las hay, su función es puramente estética.

La elección de elementos de diseño y su distribución en cada una de las páginas de la revista por lo general no resulta estático debido a que Rolling Stone recurre a la asimetría y al contraste, otorgándole dinamismo a la lectura y cautivando la atención del lector. Pero aún así cabe destacar que no se produce un caos sino que la multiplicidad de elementos se encuentra íntegramente subordinada a una sola forma dominadora, que es la de la transmisión de información.

Contenido Editorial:

La publicación presenta dos tipos de contenido editorial. Por un lado se encuentra las secciones fijas, que quincena tras quincena renueva la información pero no su existencia ni su estética. Por el otro lado, se halla el material redactado especialmente para esa edición en particular, y se trata de las notas principales. Usualmente las mismas están promocionadas en la tapa de Rolling Stone. Se analizarán por separado ambos tipos de contenidos editoriales.

Secciones:

Las secciones se encuentran ubicadas en las primeras páginas de la revista y en la última. Estas secciones son las siguientes:

- Editorial: fue publicada en las 3 ediciones analizadas. Dos de ellas, la 752 y 753, fue firmada por Jann Wenner (editor de la revista) y en la 757, fue firmada por Peter Travers (Editor Senior).

- Índice: se encuentra en los tres casos estudiados directamente debajo del editorial. Las páginas no están enumeradas en orden ascendente, pero sí en orden de importancia. Primero se promociona la nota principal (la nota de tapa, la del artista cuya foto fue tomada para la misma) y luego otras dos notas de tapa. Separado por una fina línea, se indica las páginas de algunas secciones fijas (como Rock & Roll y Grabaciones).
- Correspondencia: solo una página es dedicada para la correspondencia de los lectores y en promedio publican nueve cartas. En la parte superior, al lado del título pero en una tipografía de menor tamaño, se destaca una cita de algún lector (sobre algún artista que él haya comentado). En el último párrafo de la última columna, se indica a los lectores: adónde pueden enviar su correspondencia, se aclara que Rolling Stone no se hará responsable por material no solicitado y se anuncia cómo hacerse suscriptor de la revista.
- Listado de Editores y colaboradores de la revista: esta sección fija a veces se encuentra delante de la página de correspondencia o comparte la misma con ella pero por lo general está editada con un aviso publicitario de tres cuartos de hoja.
- Notas Variadas (Random Notes): Es una sección de dos páginas y ambas están estructuradas sobre una retícula de cuatro columnas pero no respetan sus límites. Los contenidos están dentro de una caja de borde negro. El dinamismo en la lectura de esta sección se da en que fotografías se exceden de la caja y las notas y recuadros se superponen con las imágenes. La información que provee esta sección es breve y está separada en recuadros. Los nombres de los artistas están resaltados en un color diferente al negro del resto de la tipografía (en las tres ediciones estudiadas, ese color es azul).
- Rock & Roll: Esta sección es de mayor armonía visual, ya que cada elemento de diseño se mantiene dentro de su espacio sin superponerse con otro. La cantidad de columnas no es fija (en la primera hoja puede ser de tres columnas y en la segunda de cuatro) pero cada elemento tiene su lugar y orden. Esta sección trata varios temas con mayor profundidad que en Notas Variadas (que son solo flashes informativos) y están incluidos los

obituarios de artistas fallecidos durante el período de esa edición. Como máximo, tres páginas son dedicadas a este sector.

- Diario Pop (Pop Journal): esta sección contiene breve información actual sobre artistas pop, cuyos nombres están destacados en color rojo para que sea de más fácil búsqueda para el lector. Este sector es uno de los más pequeños, solo se dedican media página por edición. La fotografía se excede de la caja pero no así la información.
- En el camino (On the Road): acá se brinda información actualizada sobre artistas que están haciendo giras o haciendo presentaciones especiales. Solo ocupa un cuarto de página y los nombres de los artistas en gira están recalcados con color rojo.
- Performance: a diferencia de la sección anterior, esta realiza las críticas de eventos que ya pasaron. Si un artista tocó en un determinado lugar, en Performance se pone el día y el lugar y un redactor musical hace su crítica de tal evento. La diagramación es la siguiente: en tipografía de mayor tamaño que el resto de los textos de esta sección y en color azul, se pone el nombre del artista o banda que realizó el concierto; debajo del nombre, en color rojo y tipografía menor, se pone el nombre del lugar del concierto (ya sea un estadio o un club); por debajo de esto, se pone en color negro y en tipografía aún menor el día y la ciudad de dicho acontecimiento. Hay una fotografía por evento y es, en general, del artista en ese momento. Ocupa tres cuartos de hoja y comparte la misma página con la sección En el camino o con un aviso de un cuarto de página.
- Rumores (Grapevine): en las ediciones estudiadas, Rumores ocupa media página, y la presentación puede ser a dos columnas (de borde superior a borde inferior) o a cuatro columnas (de borde izquierdo a borde derecho). Los nombres de los artistas están en rojo y las fotografías pueden salirse de la caja o superponerse unas con otras (economía del espacio). Son informaciones breves y actualizadas y son rumores comprobados por la redacción de Rolling Stone.
- Actualización de Drogas y Música (Drugs and Music Update): esta sección solo está en dos de las tres ediciones estudiadas. Es sobre información sobre drogas ilegales y el mundo de la música (por ejemplo, que está

haciendo la industria de la música para luchar contra la adicción de los músicos).

- Grabaciones (Recordings): esta es la primera sección fija después del desarrollo de las notas principales (de tapa). Aquí se desarrollan las críticas de los álbumes lanzados en ese momento y se les asigna una determinada cantidad de estrellas (de una -siendo el disco malo- a cinco, equivalente a excelente). La primera página de esta sección, indicada con el nombre RECORDINGS en rojo, muestra al lanzamiento más importante de ese período y en vez de poner una fotografía de la banda o artista, se publica una ilustración (tal es el caso en las tres ediciones). En promedio, tres páginas son dedicadas a esta sección. En cada crítica se ubica el arte de tapa de ese nuevo disco para lograr asociación en el lector (para que sea más fácil ubicarlo en disquerías). La diagramación se mantiene igual y es de la siguiente manera: arte de tapa del álbum a discutir; cantidad de estrellas que el crítico de Rolling Stone le otorga; nombre del álbum; nombre de la banda; línea divisoria negra de grosor finito; nombre de la compañía discográfica; crítica.
- Películas (Movies): La misma presentación que tiene Grabaciones, la tiene Películas. El nombre de la sección está en rojo, el estreno considerado más importante por Rolling Stone está en primer lugar (y su nombre en negro) y en vez de haber una fotografía, hay una ilustración del protagonista. A las películas no se le otorgan estrellas, solo hay una descripción de la película y acotaciones del crítico. Ocupan dos páginas completas y se hallan fotografías de las producciones.
- Televisión (Television): este sector se encuentra en dos de las tres ediciones y en ambos casos se ilustra con una caricatura del tema a tratar. El nombre de la sección está en rojo, el título en negro y el nombre del escritor en azul. Está hecho a cuatro columnas y la caricatura no respeta dichos límites.
- Tecnología (Technology): esta es otra sección que solo está en dos publicaciones. Ocupa media página en una y una página entera en otra. El nombre de la sección mantiene el rojo riguroso de la estética de la revista y

hay fotografías sobre productos tecnológicos o juegos de video, que son explicados con terminología de su rubro.

- Últimos Rankings (Last Charts): ésta es la última página de la revista. Contiene seis distintos rankings actualizados que son armados por votos de lectores y números de ventas de discos. Estos rankings son: Los mejores diez álbumes según los lectores de Rolling Stone; Los mejores diez álbumes alternativos; Los diez mejores cortes simples de un determinado año (como por ejemplo, 1986); Los veinte mejores álbumes según la revista Billboard¹⁶; Los diez mejores álbumes en el Reino Unido; y Los diez mejores temas en clubes y discotecas. Además de las tablas de posiciones, hay un recuadro que se le dedica a una banda para darla a conocer a los lectores con información breve sobre la misma (como lugar de nacimiento de la banda, estilo de música, orígenes, etc.).

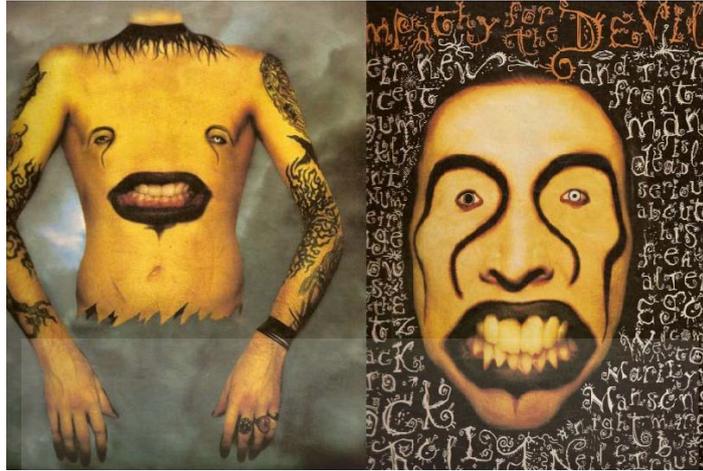
Notas Principales:

Las notas principales son el otro tipo de material editorial de Rolling Stone. Entre ellas, se diferencia la nota principal, que es la entrevista o historia sobre el protagonista de tapa (músico, banda, actor, político, etc.) y las otras notas hechas especialmente para esa edición, que por lo general están promocionadas en la tapa (solamente con títulos y breves aclaraciones sobre lo que se podrá leer en el interior).

La nota principal tiene una apertura con un tratamiento estético particular. En la totalidad de la nota hay una coherencia entre elementos de diseño que hace se tome como un pequeño mundo en el universo total de la revista. La apertura tiene una doble función: atraer la atención del lector a leer la nota e introducirlo en su contenido. Por ende tiene un importante peso lo estético pero lo informativo también es de suma relevancia.

A continuación, se podrán observar las tres aperturas estudiadas de la revista Rolling Stone de Estados Unidos.

¹⁶ La revista Billboard es el semanal internacional líder en música y video. Nació en 1894 y tiene su sede principal en la ciudad de Nueva York en Estados Unidos. Tiene oficinas en las ciudades más importantes el mundo (como Los Ángeles, Londres y Tokio) así como corresponsales en muchos países más. Fuente: http://www.billboard.com/bb/mast/about_us.jsp



Ejemplo apertura de nota principal Marilyn Manson (Enero 1997)



Ejemplo apertura de nota principal Stone Temple Pilots (Febrero 1997)



Ejemplo apertura de nota principal Brad Pitt (Abril 1997)