

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2020-2021

**LA ESTÉTICA DE LA CARÁTULA PUNK COMO ELEMENTO
PUBLICITARIO: ANÁLISIS SEGÚN LA SEMIÓTICA DE
ROLAND BARTHES**

TERESA CABEZA GIL

Tutor/a académico/a: Manuel Ángel Canga Sosa

SEGOVIA, julio de 2021

ÍNDICE

CAPÍTULO I	2
<u>1. PRESENTACIÓN</u>	<u>3</u>
<u>1.1 INTRODUCCIÓN</u>	<u>3</u>
<u>1.2 OBJETO DE ESTUDIO</u>	<u>4</u>
<u>1.2.1 Objetivos</u>	<u>4</u>
CAPÍTULO II	5
<u>2. MARCO TEÓRICO</u>	<u>6</u>
<u>2.1 MÉTODO DE ANÁLISIS</u>	<u>6</u>
<u>2.2 CONTEXTUALIZACIÓN</u>	<u>7</u>
<u>2.2.1 Ámbito cultural</u>	<u>8</u>
<u>2.2.2 Publicidad durante el punk</u>	<u>9</u>
<u>2.2.3 Industria musical</u>	<u>10</u>
<u>2.3 HISTORIA DE LA CARÁTULA</u>	<u>10</u>
<u>2.3.1 Definición de carátula</u>	<u>10</u>
<u>2.3.2 Nacimiento de la carátula</u>	<u>11</u>
<u>2.3.3 Función de la carátula</u>	<u>12</u>
<u>2.4 ELECCIÓN DE CARÁTULAS Y JUSTIFICACIÓN</u>	<u>12</u>
CAPÍTULO III	14
<u>3. DESARROLLO DEL PROYECTO</u>	<u>15</u>
<u>3.1 ANÁLISIS DE LA IMAGEN SEGÚN LA SEMIÓTICA DE ROLAND BARTHES</u>	<u>15</u>
<u>3.2 TENDENCIAS DOMINANTES</u>	<u>24</u>
<u>3.3 ANÁLISIS COMPARATIVO CON LAS CARÁTULAS DE LA MOVIDA MADRILEÑA</u>	<u>25</u>
CAPÍTULO IV	31
<u>4. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES</u>	<u>32</u>
BIBLIOGRAFÍA	33

CAPÍTULO I

1. PRESENTACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

Lo que se pretende en este trabajo es investigar acerca de la influencia de la publicidad a través de las carátulas de algunos de los grupos más representativos del punk en Inglaterra. Todo ello aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación universitaria en publicidad, reflexionando acerca de la importancia de la publicidad en la creación, aceptación y expansión de determinados movimientos o subculturas y teniendo en cuenta la estética de la cartelería para promocionar la industria musical de ese momento, sobre todo en Inglaterra.

Uno de los acontecimientos culturales más importantes de principios de los años 70 en Inglaterra y Estados Unidos es la música, y con ella el nacimiento de diferentes estilos más agresivos y “antiestéticos”. Es lo que hoy se conoce como el Punk, destacaban por una personalidad más agresiva que contrastaba con los hippies de ese momento, una estética diferente a lo conocido hasta el momento, extravagante y atrevida. A menudo se utilizaba el dadaísmo para la composición de carteles para los conciertos. Tal y como expone Vlad (2009) el dadaísmo fue un movimiento artístico nacido en Zurich (Suiza) tras la Primera Guerra Mundial. También conocido como Dadá, nació de la mano de pintores, escritores y poetas como Tristan Tzara. El nombre “Dadá” no tiene un significado específico, se eligió aleatoriamente del diccionario, representando un acto casual y no racional. Este estilo artístico casaba a la perfección con la irracionalidad y el descontento por el que nació el punk.

Se cuidaba la estética minuciosamente, girando todo en torno a ella, se le dotaba de gran importancia en los grupos y sus presentaciones públicas (carteles y carátulas) y en su puesta en escena, haciendo de ello casi un teatro.

Se hablará también de la influencia de la publicidad, como herramienta indispensable para la comercialización del punk y su estética.

Otro de los puntos a tener en cuenta y que analizaremos serán las influencias artísticas que se pueden apreciar en los carteles, como es la ilustración, la literatura o la fotografía.

1.2. OBJETO DE ESTUDIO

Análisis de la estética y la imagen publicitaria del punk en Inglaterra a través de algunos de los carteles más representativos de la contracultura punk, los cuales han constituido la imagen publicitaria de algunos grupos de música gracias a las carátulas.

1.2.1. Objetivos

Es necesario comprender los objetivos que se pretenden alcanzar con el presente trabajo antes de comenzar con la investigación. Estos son:

En primer lugar, conocer las influencias artísticas de las carátulas punk, cómo se han tratado y han formado la imagen publicitaria que ha conformado el imaginario punk que conocemos hoy en día.

El segundo, comprender la visión de Roland Barthes en cuanto al estudio de la imagen, cómo nos influye y la significancia que nos aportan las carátulas de los años 70.

El tercero, observar cómo las carátulas del punk han influenciado a otras de diferentes movimientos contraculturales como ha podido ser La Movida Madrileña, la cual influenció a la juventud española durante los primeros años de Transición posfranquista.

Responder a estas preguntas surgidas a partir de motivaciones y gustos personales, con los conocimientos previos y la experiencia adquirida. Con la intención de comparar las carátulas con las tendencias artísticas previas y si estas han influenciado a La Movida Madrileña como movimiento cultural y social en España. Algunas de las cuestiones que se plantean son: ¿las carátulas estaban ligadas al arte y ahora se focalizan en la publicidad y la comercialización? ¿Qué grupos se vieron influenciados por el punk? ¿Las carátulas de la movida madrileña se vieron influenciadas por las mismas corrientes artísticas que influenciaron las del punk? o, por el contrario, ¿siguieron otras corrientes artísticas que nada tenían que ver?

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. MÉTODO DE ANÁLISIS

Se ha elegido la semiótica de Roland Barthes como método de análisis para el presente trabajo. Roland Barthes fue un filósofo, escritor y semiólogo francés, es el autor de las dos obras que se van a utilizar como referentes en el análisis del proyecto.

Por un lado, su obra “Lo obvio y lo obtuso”, analiza el discurso que generan las imágenes, no sólo desde una perspectiva literal sino también bajo un punto de vista abstracto. Es decir, lo obvio se analiza como nuestra visión literal y lo obtuso como lo cerrado que se tiene que analizar.

“Lo obvio y lo obtuso” comprende tres niveles:

- 1.- Comunicación: en el que se abordan las descripciones de los personajes, decoración, anécdotas, etc. Se trata de un nivel informativo. Para su análisis, el autor utilizará la semiótica.
- 2.- Significado: se habla de los simbolismos como pueden ser: referencial, diegético, einsteniano e histórico. Para su análisis Barthes, R., utiliza la semiótica desde un plano más elaborado, ya no se preocupa del mensaje sino del símbolo.
- 3.- Significancia: Barthes, R., (2009) lo define como el campo del significado que conecta con la semiótica. Es la unión entre los dos primeros niveles. Es interpretado en relación a lo que el espectador ha vivido, es lo que es por el hecho de existir bajo el punto de vista del receptor.

En su obra, Barthes (2009) habla de significación y significancia, pertenecen a los dos niveles de sentido de las imágenes de Eisenstein. Se refiere a la significación como lo obvio, quien lee el mensaje, y la significancia como lo obtuso, el plano del sentido.

En todas las formas de expresión y exposición artísticas nos encontramos con estos tres niveles, comunicación, significado y significancia para entender y analizar dicha manifestación. A nivel simbólico también se pueden observar otros dos niveles, el intencional y el sobreañadido.

Se puede llegar a pensar que existe cierta intertextualidad entre esta obra y el discurso freudiano del psicoanálisis, este argumentaba -según la primera tópica de Freud- que se trata de recordar para pasar del discurso consciente a la significancia, logrando así “la rectificación

con posterioridad del proceso represivo originario”.¹ Posteriormente, Freud introduce -con su segunda tónica- la idea del superyó o la reacción terapéutica negativa, que se acerca más a la idea de “posición subjetiva”. El tratamiento de este lenguaje implica: un individuo poseedor de un aparato psíquico propio del que hay que “extraer” los recuerdos cohibidos del subconsciente que rellenan los vacíos de la memoria, que procede de las relaciones entre Inconsciente, Preconsciente y Consciente.

Por otro lado, en “La cámara lúcida”, nos muestra la fotografía como herramienta fundamental para la sociedad, ya que constituye una forma de permanecer en el tiempo, es decir, permite “tomar la muerte”, congelar personas y momentos en el tiempo. Esta obra emplea conceptos como *studium* (lo observable) y *punctum* (la visión del espectador sobre la fotografía). Es por esto que la esencia de la fotografía radica en la posibilidad de “punzar” el área emocional de las personas.

El texto nos muestra la función de las imágenes en la cultura para el estudio de la realidad en un momento determinado. Sin embargo, la fotografía no es algo casual, es la relación entre el fotógrafo, el/lo fotografiado y el espectador. Cada imagen capta la esencia de cada momento que, junto con las interpretaciones que de ella nacen, dan lugar a lo que denomina “evento de la fotografía”.

Para Barthes las fotografías, al igual que la historia, cobran sentido cuando son vistas desde el punto de vista del observador.

A lo largo de este trabajo utilizaremos la semiótica de Barthes para definir y explicar algunas de las carátulas del punk de Inglaterra. Qué es, qué transmite y cómo se puede interpretar bajo la experiencia del espectador.

2.2. CONTEXTUALIZACIÓN

El punk es un movimiento cultural que tuvo su origen en Inglaterra durante la década de los 70, con la crisis del petróleo que afectó a Estados Unidos y a Europa Occidental sobre todo. Se trata de un movimiento originado por jóvenes, cuyo objetivo fue transmitir su descontento con la sociedad y con el sistema impuesto a través de movimientos artísticos como la música, la moda o la fotografía. El Punk fue una reivindicación artística que influyó en otras subculturas cuyo nacimiento fue posterior, como es la Movida Madrileña.

¹ Cf. Freud, S. (1988). Conferencias de introducción al psicoanálisis. En Obras Completas. Tomo XVI. Buenos Aires: Amorrortu. Recuperado de: <https://elreyestadesnudo.com.ar/wp-content/uploads/2015/09/El-Rey-esta-Desnudo-n%C2%BA-4.pdf>

Esta idea de rebeldía y descontento que giraba en torno al punk ha sido cuestionada en varias ocasiones. Una de las películas que más criticaron este momento ha sido “La Gran Estafa del Rock and Roll” o “The Great Rock 'n' Roll Swindle” de Don Boyd y Jeremy Thomas. Es un *mockumentary*² de finales de los años 80, donde se narra la historia de la creación del grupo Sex Pistols bajo el punto de vista de su manager Malcom McLaren quien afirma ser el creador de la banda, narra cómo los utilizó para llegar a la cima de la industria, llegando a reclamar contratos millonarios en nombre de los artistas a discográficas como EMI, A&M, Virgin, y Warner Bros. Records.

2.2.1. Ámbito cultural

El siglo XX se caracteriza por el descontento con la sociedad y la autoridad del momento, así como por el nacimiento de diferentes subculturas como pudieron ser los hippies, skins, mods o punk. Fueron muchos los cambios que se dieron, sobre todo a nivel social y cultural, en este trabajo nos centraremos en los aspectos culturales.

La literatura, el cine, la fotografía, la ilustración y la moda se utilizaron como principal fuente de expresión y evolucionaron rápidamente, la música absorbió y adaptó para crear estilos propios y únicos con los que sentirse identificados.

La ilustración aportó una nueva visión y forma de crear, llena de atrevimiento y creatividad. Una de las grandes influencias en la ilustración punk -además del dadaísmo- fueron los carteles de las revueltas de Mayo del 68 que inspiraron a ilustradores como Jamie Reid quien hizo la portada del single God Save The Queen de Sex Pistols y fundó la revista *Suburban Press* o los fotomontajes de John Heartfield, un artista visual pionero en el uso del arte frente a la política.

Y, sobre todo, cabe destacar el dadaísmo³ como la corriente artística por excelencia en cuanto a la influencia en las carátulas punk se refiere. Tal y como Andrea Imaginario argumenta, esta corriente artística surgida de las vanguardias históricas influenciaron al arte contemporáneo tal y como lo conocemos.

Durante la primera guerra mundial, Suiza se convirtió en un refugio privilegiado para muchos artistas. Todos ellos estaban en contra del enfrentamiento bélico que sacudía Europa, lo que interpretaron como un signo de decadencia en Occidente. A raíz de la problemática en Europa y los valores antibélicos de algunos artistas, nació un movimiento literario y artístico

² Mockumentary es una sátira (normalmente una película) a modo documental que hace que determinados eventos parezcan reales cuando no lo son.

³ El dadaísmo es un movimiento artístico nacido en Zurich (Suiza) durante la Primera Guerra Mundial.

que expresaba el desacuerdo y frustración que sentían frente a la incapacidad que demostraban los discursos oficiales (religión y filosofía) y las ciencias sociales, este movimiento recibió el nombre de “dadá”. No recibe ningún significado en concreto, no significa nada. Su origen se ubica en 1916, cuando algunos artistas como Hugo Ball se reunieron en el Cabaret Voltaire y fundaron este movimiento. Berlín también fue un núcleo muy importante para el desarrollo del dadá, con artistas como George Grosz, Raoul Hausmann y John Heartfield (el anteriormente nombrado como uno de los máximos exponentes del fotomontaje). Relacionándolo con el punk, los colores chillones, aspecto desenfadado y el caos de los cortes de páginas de revistas, libros, periódicos u otros carteles que lo caracterizan, hacen que la composición encaje a la perfección en lo que el punk nos quiere vender, su estética y el descontento social. Sin duda, la cartelería ha sido la principal herramienta de comercialización del punk, ya que servía para publicitar los conciertos de distintos grupos musicales pertenecientes a esta contracultura.

2.2.2. Publicidad durante el punk

La publicidad es una forma de comunicación con fines comerciales, por medio de soportes determinados como puede ser la radio, televisión o periódicos, con la intención de dirigirse a un target determinado. Las carátulas son, por lo tanto, publicidad gráfica, la cual no utilizaba sólo la fotografía sino también elementos gráficos y de montaje.

Los medios que más se utilizaron durante el punk fueron las revistas, los fanzines, la televisión y la radio. Sin embargo, destaca la publicidad gráfica que se apoya en formatos llamativos como son las fotografías, las carátulas o los fotomontajes, a lo que se suman copys llamativos para diferenciarse de la competencia y, en este caso, se utilizaban sobre todo para promocionar conciertos y eventos de la época. Es importante mencionar que los clubes que se frecuentaban y se llenaban cada noche también eran un reclamo publicitario, uno de los más conocidos de la escena punk fue *The 100 Club*, en el que debutaron Sex Pistols, The Clash, Siouxsie & The Banshees, The Damned, The Vibrators o Buzzcocks, durante la primera ola del punk.

Durante el punk, la función principal de la publicidad no era la mera comercialización de un producto y, aunque su objetivo seguía siendo vender, la publicidad gráfica creaba un impacto visual en el espectador que se enfocaba más en la promoción de conciertos o eventos. Así mismo, creaba una estética y un sentimiento alrededor de cada ilustración, era publicidad emocional y poco invasiva, se centraba en el artista y su manera de expresarse para crear.

2.2.3. Industria musical

Según Jara (2011) la música se ha convertido en un negocio muy rentable, siendo una fuente inagotable de ganancias, no por la industria en sí, sino porque el ser humano se ha dedicado a ella desde sus inicios.

Este fenómeno se enmarca dentro de lo que se denomina cultura de masas, cuyo debate tuvo su origen en la Escuela de Frankfurt por autores como Adorno, Horkheimer y Marcuse.

Lo que los jóvenes de la década de los 70 buscaban, no era hacer música melódica como hasta entonces, sino para expresarse, para despertar emociones en el espectador a través de sus letras y del sonido de sus instrumentos.

Algunos de los sellos discográficos que representaron a dos de los grupos más icónicos, The Clash y Sex Pistols, eran: EMI, A&M, Virgin, Warner Bros, CBS Records y Epic Records. Dichos sellos les organizaban y acompañaban en sus giras y conciertos, que pronto se transformaron en foco de desconfianzas y competitividad, además del caos que rodeaba a este momento cultural: drogas, alcohol y fiesta día y de noche.

El nacimiento de estos grupos repercutió intensamente en la industria musical, nacieron sellos independientes como: Factory Records, Rough Trade Records, Fiction Records (absorbida posteriormente por Polydor, filial británica de Universal Music Group) o Creation Records. Nacieron a raíz de la necesidad de crear nuevos sonidos para nuevas bandas, esto marca el inicio de una nueva relación con la música, al margen de las multinacionales y aproximándose a su público manteniendo la autenticidad del grupo. Algunos de estos sellos desaparecieron por el camino, con grandes artistas y discos, otros evolucionaron y siguen a día de hoy.

2.3. HISTORIA DE LA CARÁTULA

2.3.1. Definición de carátula

La palabra carátula tiene numerosas acepciones. La RAE la define como:

1. f. Máscara para ocultar la cara.
2. f. cara (parte anterior de la cabeza).
3. f. cara (semblante).
4. f. Cubierta o portada de un libro o de los estuches de discos, casetes, cintas de video, etc.
5. f. Méx. esfera (círculo en que giran las manecillas del reloj).
6. f. p. us. farándula (profesión teatral).

Para este trabajo la definición que nos interesa tener en cuenta es “Cubierta o portada de un libro o de los estuches de discos, casetes, cintas de video, etc.”

Por otro lado, según Joan Coromines en el diccionario etimológico de la lengua castellana, el cual fue publicado por primera vez por la editorial Francke en Berna en 1954, la carátula es definida como “máscara”, del antiguo “brujería” (ss. XIV –XVI) y éste, del latín *character* en el sentido de “signo mágico”. Al sentido moderno se llegó partiendo de “cara pintarrajeada como la de las brujas y los magos”, y la aparición americana “cubierta de un libro” por comparación con la máscara o cubierta del rostro. (p.131)

Las carátulas están llenas de significado, algunas de ellas podríamos afirmar que son auténticas obras de arte. Se centran en mostrarnos no sólo una portada con elementos al azar sino las características del grupo y lo que nos transmiten, todo ello a través de la composición de elementos visuales que crean impacto en el espectador.

2.3.2. Nacimiento de la carátula

El *packaging* no ha estado toda la vida con nosotros, de hecho, es relativamente nuevo, en 1940 Alex Steinweiss⁴ fue el creador de la primera portada ilustrada para el disco: *Smash Song Hits* de Richard Rodgers y Lorenz Hart, interpretados por la Imperial Orchestra, se sirvió de tendencias provenientes de Cassandre y Jean Carlu vinculadas a la estética de moda de Europa⁵. En sólo unas semanas la portada aumentó las ventas de la compañía en un 800%. Anterior a esto, los discos habían sido envueltos en fundas de papel o cartón para su comercialización, él mismo argumentó: "Consideraba que aquello no era manera de envolver algo tan hermoso como la música. Me imaginaba carteles a color que enlazasen con el espíritu de cada disco en vez de aquellas bolsas-lámpida de papel o cartón".

Alex Steinweiss de entonces 23 años, era un joven enamorado de las tendencias artísticas en los carteles de Europa, el modernismo y el *art déco*. No sólo fue un ilustrador, fue un gran publicitario, cambió la forma de relacionarnos y ver la música. Fue el pionero en nombrar a los discos de 33 revoluciones como long play (LP, larga duración) y también lo fue en cuanto al diseño de la portada específica del producto.

En cuanto a la escena punk, en 1973 la industria musical se ve duramente sacudida por la crisis del petróleo, lo que afecta directamente a la creación de las portadas de los

⁴ Alex Steinweiss (1917-2011): creador de las carátulas de discos. Recuperado de: <http://www.20minutos.es/noticia/1015672/0/inventor/portadas-discos/steinweiss/>

⁵ Murió Alex Steinweiss, el inventor de la carátula. Recuperado de: <https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2011/07/22/murio-alex-steinweiss-el-inventor-de-la-caratula/>

discos. Los últimos años de esta década son cruciales para el diseño de la carátula, el Punk supone una ruptura con lo conocido hasta el momento, ya no sólo socialmente sino culturalmente, querían romper con lo que se había hecho y establecido hasta ese momento. Lo que incluía el diseño y la ilustración de las portadas de los álbumes. Johnny Rotten, cantante de Sex Pistols dijo: “If people bought the record for the music, this thing would have died a death long ago” o, lo que es lo mismo, “Si la gente comprara el disco por la música, esto habría muerto hace mucho tiempo.” (Dean and Howells, 1982: 23).

Alex Steinwess se mantuvo como diseñador hasta 1989 cuando el CD comenzó a “ganarle terreno” a las producciones en vinilo.

2.3.3. Función de la carátula

Las carátulas de los discos tienen una función principalmente publicitaria, dar a conocer un grupo o una canción, así como los valores o el estilo de música que contiene el disco.

La estética también cobra mucha importancia en la manera de distribuir y hacer llegar el mensaje. Crea un discurso entre el artista y el espectador que gira en torno a la imagen del grupo. Esta está compuesta de simbolismos que pueden expresarse de forma explícita o implícita, apelando al subconsciente del que observa.

Hacen referencia a determinadas corrientes artísticas y culturales, compartiendo ciertas similitudes con diferentes referentes o iconos de la época.

Otra de las funciones de las carátulas es la identificativa, el objetivo es que un grupo de personas se sienta identificado con la banda a través de su estética, tratándose casi como un sentimiento de permanencia a un país o un grupo, acercándose al sentimiento de nacionalismo.

A su vez, también nos permite contextualizar al grupo o artista en un lugar o momento determinado de la historia.

2.4. ELECCIÓN DE CARÁTULAS Y JUSTIFICACIÓN

Se han elegido un total de 10 carátulas que surgen durante el punk en Inglaterra para su posterior análisis según la semiótica de Roland Barthes. Para poder analizar la evolución de las mismas, dicho análisis se va a realizar siguiendo un orden cronológico, desde 1977 hasta 1983.

Muchos de los discos elegidos comparten la misma estética, sin embargo, también se han seleccionado algunas carátulas que se alejan de la estética punk a la que estamos acostumbrados.

- “Never Mind the Bollocks” de Sex Pistols (Virgin Records, 1977)
- “Damned, damned, damned” de The Damned (Stiff Records, 1977)
- “The Feeding of the 5000” de Crass (Small Wonder Records, 1978)
- “London Calling” de The Clash (CBS Records, 1979)
- “Another Kind of Blues” de U.K. Subs (GEM Records, 1979)
- “Teenage Warning” de Angelic Upstairs (Warner Bros Records, 1979)
- “A Different Kind of Tension” de Buzzcocks (United Artists, 1979)
- “Return of the Giant Slits” de Slits (CBS Records, 1981)
- “Angry Songs” de Omega Tribe (Crass Records, 1982)
- “It’s Time to see Who’s Who” de Conflict (Corpus Christi Records, 1983)

CAPÍTULO III

3. DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1 ANÁLISIS DE LA IMAGEN SEGÚN LA SEMIÓTICA DE ROLAND BARTHES

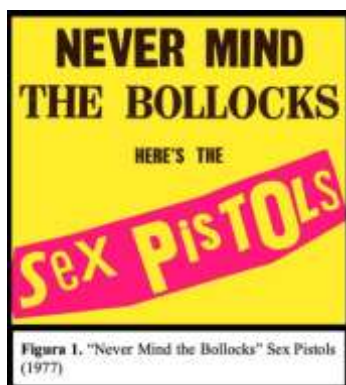
Según Barthes (1982) la paradoja fotográfica reside en el dualismo de dos mensajes: sin código (la fotografía en sí misma) y con código (el tratamiento de la fotografía, la lectura de la misma). Vamos a analizar la imagen como apariencia, hablamos de las sensaciones que transmite una imagen basándonos en un momento y lugar concreto. La dotación de un código o segundo sentido a la fotografía se denomina connotación, esta comienza a formarse durante el proceso creativo, con la elaboración de la pieza fotográfica. Primero tenemos que conocer los procesos de connotación, por un lado tenemos: trucaje, pose y objetos, aquí el proceso de la connotación surge a partir de una modificación de la realidad y, por otro lado, tenemos fotogenia, esteticismo y análisis.

A través del análisis de las carátulas podremos conocer y examinar los elementos visuales dentro de la imagen. Según argumenta J. Leerssen (2007) “Como un grupo representa a los otros dice mucho de cómo se ve a sí mismo, o al menos, dice mucho de sus tendencias ideológicas y estéticas”

Podremos conocer la intencionalidad de las imágenes y cómo estas son condicionadas en función del imaginario del observador, lo que también nos permite comprender el punto de vista o la concepción del mundo del espectador.

A continuación se procede a analizar las diez carátulas propuestas según la semiótica de Roland Barthes, teniendo en cuenta los mensajes y significados que se dan a partir del análisis de la imagen:

- “Never Mind the Bollocks” de Sex Pistols (Virgin Records, 1977)



Sex Pistols crea en 1977 su primer y único álbum “*Never Mind the Bollocks*”. La carátula es cuanto menos llamativa: un fondo amarillo chillón con letras super

puestas sin un orden determinado en negro, más abajo en rosa Sex Pistols alternando las mayúsculas y las minúsculas, sin sentido ni búsqueda de la estética. Predominio del desorden y el caos, de la ausencia de significado explícito, esta carátula se relaciona directamente con el dadaísmo, se aprecia en los colores y la disposición de los elementos (tipográficos en este caso) que emulan al *collage*. También podemos identificar elementos de la *New Wave*⁶ de Inglaterra.

Tal y como expone Barthes, a esta producción también se le dota de significancia. La distribución de los elementos y el esteticismo que sigue la carátula nos transmite caos, despreocupación por la estética y rebeldía. Es un grito visual, una llamada de atención para el espectador.

Dentro de este álbum se encuentra uno de los singles más característicos de Sex Pistols y del punk “God Save The Queen”, no sólo por la letra sino también por la portada del mismo. El diseñador encargado de esta pieza fue Jamie Reid, un artista y anarquista inglés con conexiones a la “Internacional Situacionista”. Entre 1970 y 1975 Jamie Reid co-fundó una revista llamada *Suburban Press*, el contenido de la misma era una mezcla entre la alta política y el proto-punk. Sus diseños eran una mezcla entre collages y alteraciones de obras ya existentes, para ello utilizaba letras recortadas de otras revistas, periódicos o su propia tipografía. Una de las características principales del artista era la apropiación de imágenes oficiales del *stablishment* (monarquía, gobierno...) a quienes consideraba sus enemigos, transformaba y manipulaba estas imágenes para criticarlas. Según Rocha (2008) la portada de “*God Save The Queen*” fue tan criticada como su letra.

- “Damned, damned, damned” de The Damned (Stiff Records, 1977)



Figura 2. “Damned, damned, damned” The Damned (1977)

⁶ New Wave es un término acuñado a diferentes estilos pop/rock de finales de los 70 y mediados de la década de los 80. Se caracteriza por las influencias punk y el uso de sintetizadores y producciones electrónicas.

Nos encontramos ante una “*literary cover*” una imagen especular de lo real, que está formada por cuatro integrantes (hombres), todos ellos cubiertos de lo que parece ser tarta sobre un fondo negro y bajo el título del álbum en amarillo chillón.

Destacamos su iconografía con los peinados, la cadena en el cuello de uno de ellos o que estén cubiertos de tarta, dirigiendo nuestra atención al concepto punk de juventud, rebeldía y fiesta. Dos de ellos llevan gafas de sol, posiblemente para disimular su cansancio, también se muestra euforia a través de la mirada y la pose sacando la lengua para comerse la tarta que está encima de uno de ellos y, a su vez, agotamiento: reposando la cabeza sobre el hombro con los ojos en blanco y la boca abierta.

En esta carátula de uno de los discos considerados “la piedra angular del punk” podemos encontrar elementos de la semiótica de Barthes, todos ellos miran a cámara directamente, posando para el que observa, mostrándose en uno de los momentos que podrían pertenecer a su vida privada sin lugar a dudas, al grito -metafóricamente hablando- de “así somos”. Existen elementos como las gafas de sol (ocultando el rostro) o la tarta (destrozada y cubriendo a los personajes que conforman la carátula, como si se la hubiesen tirado unos a otros) que nos transmiten locura, desfase, fiesta y diversión conduciendo nuestro inconsciente a la juventud y paranoia. Esta producción sigue un “esteticismo estereotipado”, proyectando un mensaje estructurado de rebeldía, con un mensaje condicionado por la ideología punk.

- “The Feeding of the 5000” de Crass (Small Wonder Records, 1978)



La imagen que compone esta carátula se encuentra formada por un conjunto de elementos que generan un paisaje sombrío y con cierto sentimiento tétrico:

En primer lugar, señalar que se trata de una imagen en blanco y negro, por lo que la falta de color nos acerca al sentimiento de descontento social que nació a mediados de los años 70 en Inglaterra, coincidiendo con el punk.

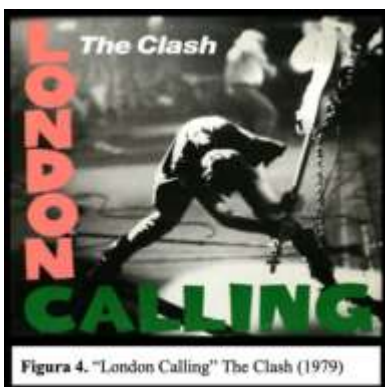
La carátula presenta una composición centrada en el cuadro inferior y enmarcado por un cuadrado tipográfico donde se establecen los titulares principales del disco. En cuanto a la imagen que la compone, señalar que se trata de una composición generada a través de la técnica del collage donde diferentes elementos descontextualizados forman parte de un único conjunto. En la parte superior de la composición, observamos una serie de edificios antiguos, que hacen alusión a las tradicionales casas inglesas, con la peculiaridad de que algunos de ellos se encuentran derruidos. Acompañando a este paisaje, una nube blanca se posa sobre los tejados de los edificios y lo que llama más la atención de esta estructura compositiva, es el niño que se encuentra saltando sobrevolando la escena. En cuanto a la composición inferior, distintos elementos y personajes de características y edades variadas se superponen dando lugar a una escena donde juega un importante papel el contraste.

A simple vista, lo primero que transmite la imagen es cierto tetricismo generado principalmente por el escaso uso de color y por el contraste que se genera entre los diferentes elementos que forman parte de la imagen.

Se trata de una imagen con un cierto nihilismo, que reitera la protesta contra el orden establecido, la provocación y la irreverencia establecida en el momento.

El trucaje y el esteticismo utilizados para la composición nos hace pensar en el surrealismo como principal fuente de influencia artística, por la creación de un mundo absurdo e ilógico paralelo a la realidad generado por la descontextualización de los elementos y los objetos que componen la imagen.

- “London Calling” de The Clash (CBS Records, 1979)



Esta carátula es una de las más representativas del punk y está cargada de significado, compuesta por Paul Simonon (bajista de The Clash) agachado rompiendo su guitarra en un concierto. La imagen simboliza la destrucción, la subversión de los cánones de belleza y armonía que hasta entonces imperaban para dar lugar a la violencia, a lo animal, a los instintos de rabia y furia que caracterizan esta nueva forma de expresión. Cuando Paul Simonon rompe su bajo, y Pennie Smith toma esa fotografía, este gesto se convierte en el mayor símbolo para una generación que trata de lidiar con la realidad.

La pose de Simonon (bajista de The Clash), y su postura en el acto de destrozarse su bajo, dotan a la imagen de un tono grotesco, que se ve acrecentado por los colores blanco y negro, así como por los altos contrastes, que acentúan la violencia y agresividad de la fotografía. La tipografía y los colores del título del álbum *“London Calling”* acompañan a la imagen, el trucaje de la composición, así como la disposición de los objetos y el esteticismo acompañan la significancia de la composición, aportan valor al mensaje escrito. Deja claro el descontento, la rabia y la disconformidad que muestra la juventud hacia el sistema y la estructura económica del momento.

Cabe destacar que la carátula de este álbum es una reproducción casi exacta del álbum de Elvis Presley publicado en 1956, haciendo referencia una vez más al concepto de intertextualidad introducido por Mijaíl Bajtín.

- “Another Kind of Blues” de U.K. Subs (GEM Records, 1979)



Esta carátula es una composición cuadrada, tanto la forma de la carátula como en su diseño. Se trata de una imagen dividida en dos cuadrados de diferente tamaño: el más grande azul eléctrico contiene el nombre del grupo “U.K. SUBS”, el más pequeño está formado por la cara de un hombre con los ojos cubiertos por unas gafas

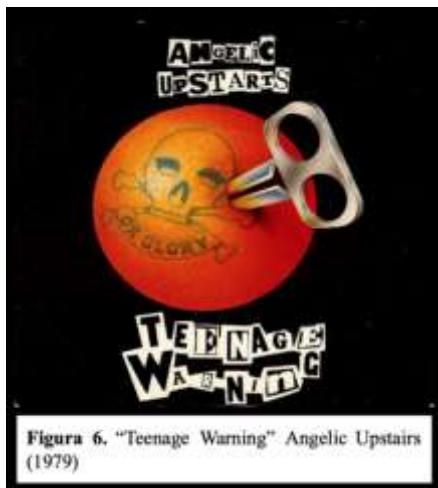
de hierro sin agujeros para que entre la luz, por lo que no puede ver ni tampoco hablar, ya que tiene la boca “cosida” por el título del álbum *“Another Kind of Blues”*.

Lo que a primera vista nos llama la atención es la composición gráfica, sin embargo, esta se encuentra en el lado derecho de la composición, mientras que a la izquierda se lee el nombre del grupo, dirigiendo la mirada y acentuando su importancia para ser identificado más fácilmente por el observador.

El trucaje en el diseño de esta imagen es fundamental para transmitir la violencia latente a través de la distribución de los objetos, como es en este caso el título del álbum impidiendo hablar o las gafas de hierro imposibilitando la visión, está atrapado, dando sensación de opresión y sufrimiento.

El tratamiento del color hace alusión al *Pop Art* como una de las influencias artísticas para la producción de esta imagen. Utilizando una imagen descontextualizada para criticar a la sociedad que se caracteriza por la importancia de la imagen y el consumismo. También se podrían observar tendencias surrealistas, ya que destaca la angustia y la soledad en la composición, tal y como reflejan las gafas de hierro que no dejan ver, exponiendo así la desesperación con el mundo.

- “Teenage Warning” de Angelic Upstarts (Warner Bros Records, 1979)



Este álbum utiliza canciones para mostrar su descontento con su visión adolescente. La portada del disco está compuesta por un fondo negro con una naranja y una manivela que pertenece a un juguete. En la pelota una calavera dibujada y abajo escrito *or glory*, (*“Death or glory”*) como si estuviese hecho a mano alzada, expresan ese sentimiento de éxito y el deseo de destacar en la adolescencia. La tipografía es un collage, recuerda a la composición tipográfica que Jamie Reid hizo para el single

“*God Save The Queen*”, como si de una amenaza anónima con los recortes de una revista se tratase.

Se trata de un diseño premeditado, basado en la película “La naranja mecánica” a través del cual se nos transmite la mezcla de sentimientos: delincuencia juvenil, violencia, bandas de adolescentes, etc. Se trata de un esteticismo estructurado a través del cual se exhibe una ideología muy marcada en cuanto a política, economía y problemas sociales. La sintaxis de la composición nos permite conocer al grupo y sus intenciones con el álbum, tanto el diseño como el título se acompañan para dotar de significancia a la composición: “*Teenage Warning*” o, lo que es lo mismo, “Peligro, adolescencia” o “Aviso, adolescente”.

- “A Different Kind of Tension” de Buzzcocks (United Artists, 1979)



La portada del álbum se encuentra constituida por una imagen central donde aparecen cuatro hombres de perfil caminando hacia el lado izquierdo, enmarcada en un triángulo y estableciéndose como el foco central de la composición, sin embargo, tal y como argumenta la Teoría de la Gestalt en la Teoría de la Pregnancia el triángulo no existe como tal, sino que existen figuras más pregnantes que producen un mayor impacto visual y que tienden a percibirse primero (como son el triángulo, el círculo y el cuadrado), este fenómeno tiene como clave lo que falta, no lo que hay.

Fusionándose con esta primera figura, podemos observar distintas formas geométricas como son el círculo o el rectángulo de distintos tamaños y grosores a través de los cuales se establece la utilización del color.

La gama cromática utilizada para el desarrollo de la imagen es el morado, el amarillo y el naranja, generando una composición colorista y dinámica que se ve acentuada por la superposición de los elementos y la mezcla de tamaños y estilos.

Según afirma J. Wolfgang (1810) el uso del color amarillo, empleado principalmente en el color del fondo evoca sentimientos de alegría o positivismo, complementados con el morado que evoca el poder, la sabiduría o la espiritualidad y el naranja que proporciona un punto de dinamismo y jovialidad a la imagen⁷. A grandes rasgos, podemos establecer que a simple vista, la imagen presenta influencias de la psicodelia por su estética colorista y el uso de tintas planas, acercando al espectador principalmente a través del uso de colores llamativos. Así mismo, también podemos encontrar tendencias dadaístas a través de la superposición de los elementos de la composición que trabaja como si se tratase del diseño a través de los recortes de diferentes elementos de revistas, periódicos o libros, como el *collage*.

- “Return of the Giant Slits” de Slits (CBS Records, 1981)



Figura 8. “Return of the Giant Slits” Slits (1981)

Este álbum trabaja un ritmo con menos compromisos artísticos y más reflexivos con un sonido más experimental influenciado por el afro-pop.

La portada del disco se encuentra constituida por una imagen central en la que tres mujeres con turbante miran de frente al observador, se establecen como el foco central para el espectador. Detrás de ellas un volcán en erupción, un Ave Fénix sobrevolando el cielo, una nube negra que proviene de un incendio en las montañas y dos figuras humanas caminando.

La gama cromática son colores en negativo: rojos, azules y negros, generando una composición colorista basada en la súper posición de elementos para dar sensación de profundidad.

Predomina el uso de elementos mitológicos como el Ave Fénix para acompañar al discurso “*Return of the Giant Slits*” que resurgen de sus cenizas más

⁷ Wolfgang, J. (1810). Johann Wolfgang von Goethe y la teoría del color | Psicología del color. Psicología del color y teoría del color. <https://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>

fuertes que nunca, o esto es lo que nos transmite el diseño de la carátula a través de elementos como el esteticismo, los objetos y la sintaxis, favoreciendo la interpretación del mensaje por parte del observador y teniendo en cuenta el subconsciente del mismo.

Esta composición recibe influencias del expresionismo alemán, el cual plantea un arte más intuitivo y personal desde el punto de vista del artista. Se puede apreciar en el uso del color y las pinceladas que recuerdan a pinturas como “El Grito” o “Madonna” de Munch.

- “Angry Songs” de Omega Tribe (Crass Records, 1982)



Esta carátula muestra una división en cuatro cuadrados con un círculo superpuesto en el centro de la imagen, en él aparece una calavera bajo el título del disco: “*Angry Songs*”. Predominan las tonalidades del blanco y el negro y la mezcla de ambas. El peso de la portada reside en el círculo, ya que, según la Teoría de la Gestalt, este representa la totalidad.

Los objetos de la carátula, los cuatro cuadrados y el círculo, emulan el objetivo de un arma cuando se va a disparar, a una diana, esta teoría se ve apoyada por la calavera posicionada en el centro del objetivo. Esta imagen no busca la fotogenia a través del embellecimiento de la misma sino mostrar la agresividad y el descontento a través de una sola imagen, captando la atención del observador.

- “It’s Time to see Who’s Who” de Conflict (Corpus Christi Records, 1983)



Esta carátula está formada por tres cuadrados: el primero pertenece al fondo de la composición, en este caso imita a la textura de la madera, en tonos marrones; el segundo cuadrado, formado por cuatro líneas finas en color rojo, enmarca el diseño y dirige la atención del observador; el tercer cuadrado contiene la lucha y derogación del Rey por el pueblo, un conflicto entre la monarquía y el pueblo, al fondo gente agolpada protestando, el Rey siendo transportado de un lado a otro por sus siervos y dos hombres con palos intentando tirarle del trono en el que está siendo transportado.

En la parte de arriba podemos leer el nombre del grupo "*Conflict*" y abajo el título del álbum en letras más pequeñas "*It's Time to see Who's Who*". Esta imagen es toda una declaración de intenciones en contra de la monarquía en general y el orden que existía en ese momento.

La imagen busca provocar y denunciar, en ningún momento se trata la fotogenia como elemento de embellecimiento dentro del diseño de esta carátula. Por otro lado, podemos observar un esteticismo estereotipado, una burla y amenaza hacia la familia real, un acto de rebeldía que se ve duplicado por el texto, es decir, participa en su denotación. La palabra aparece para hacer más patética la imagen, en este caso el nombre del grupo "*Conflict*" junto con la imagen participa en la ridiculización de la misma.

3.2 TENDENCIAS DOMINANTES

El cambio que se dio en los 70 en Inglaterra no fue sólo social, se dio también sobre todo a nivel estético y de diseño, partiendo del análisis realizado de las imágenes escogidas, podemos destacar a diferentes autores que beben de las tendencias del padre del diseño

gráfico del punk, Jamie Reid. Dos de los artistas más influenciados a raíz del punk fueron Russell Mills o Peter Saville.

Russell Mills es un artista de origen británico, ha producido las carátulas de grupos como Brian Eno, Cocteau Twins, Michael Nyman, David Sylvian, Peter Gabriel, y Nine Inch Nails. En la década de los 80 empieza a recibir ofertas para trabajar con diferentes grupos, abandona la representación figurativa y se centra en el arte abstracto. En los 90 comienza a integrar el photoshop en sus creaciones, manteniendo el collage en sus producciones pero de manera digital, de una forma más virtual.

En los diseños de la década de los 90 prevalece la paleta de colores tierra, con dibujos del cielo y el agua por lo que la mayoría de las portadas que diseña son para artistas con un sonido más ambiental como pueden ser David Toop, Miles Davis o Cocteau Twins.

Por otro lado, el diseñador Peter Saville de origen inglés es conocido por ser uno de los fundadores y el director artístico de la discográfica Factory Records. Según argumenta Alejandro Hernández (2021) Peter Saville participa directamente en la reinención de la cultura Pop, su primer diseño fue un poster para un evento de The Hacienda, y, aunque no se publicó a tiempo, su estilo se veía claramente influenciado por las vanguardias de Europa y la industrialización de Inglaterra. Además, durante sus estudios en la Universidad de Manchester se aproximó a la ilustración tipográfica de Jan Tschichold. El propio Saville explicó que gracias a esto había podido notar un paralelismo entre el trabajo de Jan Tschichold y la new wave que marcaba el final de la primera ola del punk.

Su proceso creativo es plantearse cada proyecto como si el mismo fuese el cliente y diseña lo que le gustaría tener en su colección. Por esto mismo él explicaba que para que su trabajo no sufriera modificaciones enviaba las portadas de los discos a la imprenta antes de ser aprobadas por los músicos.

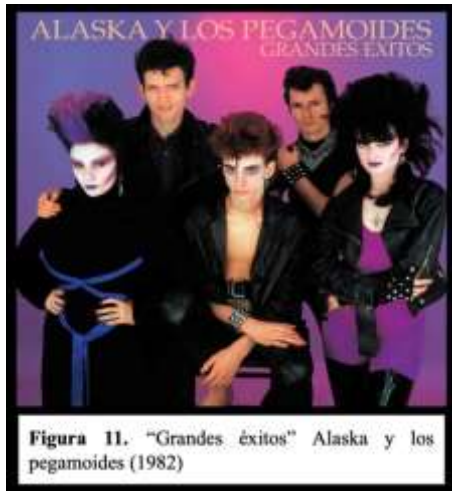
3.3 ANÁLISIS COMPARATIVO CON LAS CARÁTULAS DE LA MOVIDA MADRILEÑA

La Movida Madrileña nace en España en los años de la Transición, es decir, a finales de los años setenta. Al igual que el punk, es un movimiento originado por los jóvenes, creando una estética propia que les identificaba. El término Movida se le acuña a Jesús Ordovás y, aunque la capital de la Movida es considerada Madrid, este movimiento se extendió por todo el territorio nacional.

Este movimiento socio-cultural se manifestó en la pintura, el cine, la fotografía, la moda y la música, con especial hincapié en la ilustración, la cual se vio influenciada por el punk en numerosas ocasiones.

Aunque el punk y La Movida no compartan el mismo género musical es interesante ver y analizar las influencias, en cuanto a estética e ilustración se refiere, que esta última ha recibido del punk. Algunos de los ejemplos de ilustración elegidos son:

- Alaska y los Pegamoides, en su carátula “Grandes éxitos”



La carátula está formada por cinco componentes, todos ellos mirando a cámara. Utiliza el morado y el negro como colores predominantes, el fondo en morado degradado justo en el medio y los modelos vestidos de negro destacan sobremanera; la tipografía en amarillo, fina, alineada y legible no presenta ningún rasgo comparativo con las carátulas analizadas del punk. Predomina la estética punk, visible en los peinados, las tachuelas, las crestas y los accesorios como pulseras, collares y cinturones. El exceso de maquillaje, las caras blancas y los ojos enmarcados en negro hacen referencia al Gothic Punk⁸. Se trata de un picado iluminado con luz frontal, el espectador les mira desde arriba y ellos nos sujetan la mirada, es por esto que podría ser entendido como una burla al punk que, normalmente, adoptaba la actitud opuesta (dominante)

La disposición de los integrantes de la fotografía dota de simetría a la imagen y la pose que favorece la artificialidad de la fotografía.

- Tos, en su carátula “Tos”

⁸ Gothic Punk: corriente musical que evolucionó del post-punk y el glam rock de finales de la década de 1970 pasando posteriormente por la música deathrock y dark wave.



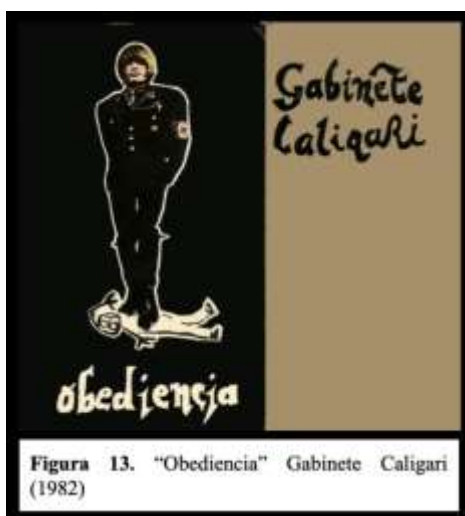
Esta carátula está integrada por cuatro personas, tres de ellas miran directamente a cámara con actitud desafiante, mientras que la cuarta persona mira al frente, a un punto fuera del plano en el que se encuentran, algo muy característico del sistema cartesiano abierto⁹.

Lo que más llama la atención de esta imagen es el tratamiento del color, con el filtro rojo se aprecian sin problema todos los objetos que componen la imagen y que forman el discurso entre el artista y el observador.

La fotografía es un primer plano, la luz proviene del lado izquierdo, iluminando la cara de la persona que no mira a cámara y oscureciendo el rostro de los que sí lo hacen.

La pose que adoptan los integrantes de la fotografía nos transmite sensación de poder y desafío, como si no pudiésemos saber de qué hablan o lo que están haciendo.

- Gabinete Caligari, en su carátula Obediencia



⁹ Sistema cartesiano abierto: nos referimos a él como el sistema compositivo en el que se sitúan elementos fuera del espacio limitado.

Se trata de una imagen dividida en dos partes simétricas, en la izquierda reside el peso de la composición, con una representación figurativa y abstracta y, a la derecha, el nombre del grupo al que pertenece el disco “Gabinete Caligari”

El grupo le hace un homenaje a Brian Jones de los Rolling Stones a través de la figura representada en la carátula. Esta misma podría recibir influencias de la ilustración punk al estar disfrazado de nazi, ya que se utilizaba como recurso de manera recurrente, buscando crear polémica entre el artista y el espectador. También hace referencia al collage, ya que la figura del soldado aparece directamente pegada sobre el fondo por lo que observamos tendencias del dadaísmo, influencia artística que predomina en la ilustración punk.

- Derribos Arias, en su carátula En la guía, en el listín



Figura 14. “En la guía, en el listín” Derribos Arias (1983)

La estética está directamente relacionada con la *New Wave*, apreciada fundamentalmente en su vestimenta. A su vez, también encontramos tendencias punk, concretamente con la técnica del *collage* tan característico del dadaísmo.

El fondo en colores azules transmiten (según la psicología del color) masculinidad y frescura. A su vez, predominan las líneas rectas, transmite sensación de profundidad y casi puedes sentir la textura de la portada, como si de un muro o unas baldosas se tratase y, sobre él, los recortes de las cuatro figuras sujetadas con cinta adhesiva, haciendo referencia, tal y como se ha nombrado con anterioridad, al *collage*.

- Eskorbuto, con su carátula Impuesto Revolucionario



Esta carátula que nace durante La Movida Madrileña, no pertenece como tal a este movimiento, ya que el rock vasco recibía influencias del punk directamente. “El título hace referencia a la extorsión económica llevada a cabo por E.T.A. y la portada fue realizada por Niko, componente de M.C.D.¹⁰, en donde hay varias perlas como el título en el cuaderno escolar, “Por buen camino”, que era el slogan del PSOE en las elecciones generales de ese año, o el Cristo escapándose de la contraportada.” (R. Macho, 2010)

La carátula está formada por los tres componentes del grupo, con apariencia demacrada y en estado de embriaguez agarran a un niño y lo amenazan en su pupitre del colegio sobre el que se encuentra la Biblia mostrando un folio con el nombre del álbum “Impuesto Revolucionario”. El fondo es blanco de manera que no hace ruido ni interfiere en el mensaje, resaltando el nombre del grupo en la parte superior de la carátula en rojo y líneas finas con la “T” imitando la cruz cristiana al revés, haciendo referencia al anticristo.

La disposición de los objetos y el esteticismo que adopta la imagen crea un claro discurso político y religioso en contra del sistema implantado en ese momento. La sintaxis también es clave en el diseño, la T haciendo referencia a la cruz cristiana boca abajo es una clara provocación, esta participa en la denotación de la imagen.

Se aprecian las influencias del grupo inglés Sex Pistols en la estética e ilustración en la carátula, adoptando una imagen muy parecida.

La Movida Madrileña es un movimiento que nace en España durante la Transición, sin embargo, aunque se vio influenciado estéticamente por el punk, el sonido de sus álbumes

¹⁰ M.C.D: Corre el final de los 70 y los reflujos del punk inglés, con unos Sex Pistols a punto ya de disolverse, llegan hasta el mismo Bilbao. Inspirados por ellos, por los Ramones, los Stooges, y sobre todo por los MC5, Niko Vázquez y Rockan Corral, colegas asiduos de los bares y garitos del casco viejo (Barrenkalle) de Bilbao. El nombre de la banda, elegido por causalidad entre Rafa y el propio Niko, “buscando el taco más usado en el idioma castellano” es M.C.D., acrónimos de “Me Cago en Dios”.

era mucho más Pop, dedicado al público *mainstream*. También es importante destacar que, aunque La Movida nace durante los años ochenta como algunos grupos de rock vasco, no pertenecen al mismo género, este último se encuentra dentro del rock radical vasco que pertenecería al punk español.

Muchos grupos actuales como puede ser Los Chikos del Maíz en su canción “*Hidden Track*” dicen:

“La movida madrileña?,

Un asco! Cortina de humo que anula el rock radical vasco.”

Por lo que existe una clara división entre estas dos corrientes que, a pesar de compartir el mismo espacio y tiempo, pertenecen a géneros musicales diferentes.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

Una vez llevado a cabo el análisis de diez de las carátulas punk, junto con su comparativa con las de La Movida, podemos extraer una serie de conclusiones:

- Las carátulas tienen como función la venta; es decir, su función principal es publicitaria, además de cultural. Ligado a ello, destaca la función estética de las mismas y que será analizada en el siguiente punto.
- En cuanto a la estética general, predominan los collage y los colores planos muy llamativos, con claras influencias dadaístas. En esta línea, se podría considerar que la principal corriente artística influyente en el punk es el dadaísmo. A pesar de que adoptan pinceladas de influencias de otras tendencias, como es el surrealismo o el expresionismo alemán, la mayoría de las carátulas se caracterizan por aspectos dadaístas.
- A través de la semiótica de Barthes en relación con el psicoanálisis de Freud, podemos llegar a entender el sentimiento del movimiento punk a través de las carátulas. Fundamentalmente, lo que se quería transmitir es ese mensaje de rebeldía y descontento a través de una estética muy clara que da lugar a una identidad propia de este movimiento. Es decir, las carátulas son muy reconocibles por las influencias artísticas y culturales de ese momento. Por ejemplo, con el caso del dadaísmo, a pesar de que surge de un conflicto bélico, representaba esa incertidumbre, el caos y la desilusión con el mundo, y éste se veía representado en las carátulas del punk.
- En cuanto a la finalidad principal del punk, se podría afirmar que tenía un carácter reivindicativo. Por el contrario, La Movida, a pesar de ser en cierta parte reivindicativa, era mucho más aceptada y consumida por la población que el punk, puesto que éste se asociaba más con la violencia. De hecho, se podría considerar que el punk generó un sentimiento de pertenencia por parte de la clase social obrera, compartiendo una estética e identidad común.

Para finalizar, podríamos afirmar que la ilustración y el diseño punk influyó a movimientos contraculturales posteriores como fue La Movida Madrileña; el punk catalán con grupos como Último Resorte, Basura o Elektroduendes; el punk andaluz con grupos como TNT, P.P.M o El Noi del Sucre y, por último, el rock radical vasco con grupos como Eskorbuto, La Polla Records o RIP. Sin embargo, el punk fue una tendencia estética más que una influencia para La Movida y, por el contrario, fue la antesala del punk catalán, el punk andaluz y del rock radical vasco.

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, R., (1982). La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía. Barcelona: Gustavo
- Barthes, R., (1995). Lo obvio y lo obtuso. Barcelona: Paidós.
- Beller, M., & Leerssen, J. (2007). Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters: a Critical Survey. Rodopi Bv Editions.
- Calero, H. (2015, 18 septiembre). Historia de los medios de comunicación – Introducción. Profesor Héctor Calero.
<https://hectorcaleroc.wordpress.com/2015/09/17/historia-de-los-medios-de-comunicacion-introduccion/>
- Cardenal, A. (2014, 9 agosto). Los años dorados de los sellos independientes. Cadena SER.
https://cadenaser.com/programa/2014/08/09/sofa_sonoro/1407573984_438206.html
- Castro Guillén, I. (2020). Análisis de las seis primeras carátulas discográficas del conjunto musical Led Zeppelin (TFG).
- Colmenar, J. (2013, 25 febrero). Los años dorados de la publicidad. Marketips.
<https://marketips.es/los-anos-dorados-de-la-publicidad/>
- Corominas, J., (1995). Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana. Vol II.
- Coronado, D. (2003). La metáfora del espejo: teoría e historia del cartel publicitario. Sevilla, España: Ediciones Alfar
- Contreras, F & San Nicolás, C. (2001). Diseño gráfico, creatividad y comunicación. Madrid, España: Blur Ediciones
- ECO, Umberto: Los límites de la interpretación, Barcelona, Lumen, 1992.
- Eguizábal, R., “El cartel como expresión del mundo moderno”, en Luxán Rodríguez, E., Moreno Castro, J. M^a, Santiago Páez, E. y Villadangos Ruiz, E. (coords.), Memoria de la seducción. Carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Biblioteca Nacional, 2002, p. 35.
- Enel, F., El cartel: lenguaje, funciones, retórica, Valencia, Fernando Torres Editor, 1974, pp. 11 y 30.
- Freud, S., (1974). Psicología de masas y análisis del yo. Obras completas. Vol. VII. Madrid: Biblioteca Nueva. Recuperado de:
http://www.elortiba.org/pdf/freud_masas.pdf

- Funes, M. L. (2019, 13 febrero). Swinging London y el Pop británico. ABC Blogs. <https://abcblogs.abc.es/laboratorio-de-estilo/otros-temas/swinging-london-y-el-pop-britanico.html>
- G. (2018, 1 agosto). Diseño Gráfico Punk. Grafous. <https://www.grafous.com/disenio-grafico-punk-stencil-rock/>
- G. (2019, 5 septiembre). Desde los años 70 a 2013, analizamos la historia de la relación entre el punk y la moda con motivo de la exposición y la gala del Met, Punk: Chaos to Couture. Vogue España. <https://www.vogue.es/moda/tendencias/galerias/de-los-70-a-2013-analizamos-la-historia-del-punk-y-la-moda-con-motivo-de-la-gala-del-met/9595?image=5cc722985f5408990be810e9>
- García, S. (2019, 30 enero). Swinging London, la revolución londinense de los años 60 - Cultura Inquieta. Cultura Inquieta. <https://culturainquieta.com/es/inspiring/item/9395-swinging-london-la-revolucion-londinense-de-los-anos-60.html>
- Jamie Reid: De la utopía de Mayo del 68 a la estética del caos de los Sex Pistols. | Enmedio. (2008, 14 abril). Enmedio. <https://enmedio.info/jamie-reid-de-la-utopia-de-mayo-del-68-a-la-estetica-del-caos-de-los-sex-pistols/>
- Grove, Á. (2011, 11 abril). Alex Steinweiss, el diseñador que inventó las portadas de discos. www.20minutos.es - Últimas Noticias. <https://www.20minutos.es/noticia/1015672/0/inventor/portadas-discos/steinweiss/>
- Martín Rodríguez, E. (2015). Análisis de la imagen publicitaria de las carátulas de la Movida madrileña desde la perspectiva de la teoría del texto (TFG).
- Pagespetit, C. (2017, 23 marzo). ¿Por qué fue importante el Swinging London? | itfashion.com. itfashion.com | Moda que inspira. Desde 1999 online. <https://www.itfashion.com/cultura/arte-y-parte/por-que-fue-importante-el-swinging-london/>
- Vazquez, M. (2015). El cartel, medio de publicidad y propaganda. Artigrama, 30, 15-28.
- Villafañe, J. y Mínguez, N., (2002). Principios de la teoría general de la imagen.

- o Wolfgang, J. (1810). Johann Wolfgang von Goethe y la teoría del color | Psicología del color. Psicología del color y teoría del color.
<https://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>