

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RR. PP CURSO 2020-2021

ANÁLISIS DE LAS CARÁTULAS DISCOGRÁFICAS, CARTELES Y
MERCHANDISING REALIZADOS PARA PROMOCIONAR LOS TRABAJOS DEL
CANTANTE ESPAÑOL LEIVA.

CURSO 2021-2022

Disertación

EMMA SORIA GARCÍA

Tutor académico: Manuel Canga Sosa

Segovia, Junio de 2022

ÍNDICE

1. Introducción.....	4
2. Objeto de estudio y justificación.....	6
3. Metodología y marco teórico.....	8
3.1. Sobre la composición en la teoría de la Gestalt	8
3.2. La interpretación desde un enfoque semiótico.....	11
3.3. <i>Studium</i> vs. <i>Punctum</i>	13
4. Análisis de las producciones para la figura de Leiva.....	15
4.1. <i>Diciembre</i>	16
4.1.1. Carátula discográfica.....	16
4.1.2. Gráfica Promocional.....	20
4.2. <i>Pólvora</i>	22
4.2.1. Carátula discográfica.....	22
4.2.2. Gráfica Promocional.....	24
4.3. <i>Monstruos</i>	26
4.3.1. Carátula discográfica.....	26
4.3.2. Gráfica promocional.....	29
4.4. <i>Nuclear</i>	31
4.4.1. Carátula discográfica.....	31
4.4.2. Gráficas Promocionales.....	35
4.5. <i>Madrid Nuclear</i>	37
4.5.1. Carátula principal.....	37
4.5.2. Gráficas promocionales.....	39
4.6. <i>Cuando te muerdes el labio</i>	41
4.6.1. Carátula principal.....	41
4.6.2. Gráficas promocionales.....	47
4.7. Merchandising.....	49
5. Conclusiones.....	55
6. Bibliografía.....	57

1. INTRODUCCIÓN

Jose Miguel Conejo Torres, más conocido como Leiva, es un cantante de rock español que comenzó su carrera musical en 2001, cuando formó parte de la banda de rock español “Pereza”. En 2011 la banda se separó, y fue ya en 2012 cuando, tras la disolución del grupo, Leiva continuó su carrera musical en solitario hasta hoy. Actualmente, ha grabado seis discos en solitario: *Diciembre* (2012), *Pólvora* (2014), *Monstruos* (2016), *Nuclear* (2019), *Madrid Nuclear* (2020) y, su último disco, *Cuando te muerdes el labio* (2021).

A día de hoy el cantante acumula más de 120.000 discos vendidos, según el ranking realizado por Cadena 100 (“Leiva arrasa en las listas de ventas con *Cuando te muerdes el labio*, su disco de colaboraciones femeninas”, 2021, párr. 6). Sin embargo, es necesario destacar que no es ni de lejos su principal fuente de ingresos, ni la de Leiva, ni la de ningún otro cantante, ya que la mayoría viven de sus giras, conciertos en festivales de música, de la venta de sus trabajos en publicidad para distintas marcas, de los beneficios que les otorgan los derechos de autor y otras actividades.

Pues, si en un principio la amenaza de la industria musical y de la industria del cine podía ser la piratería, ahora, los tiempos han cambiado y el avance de las TICS y de las plataformas digitales como Spotify, Youtube, Apple Music, etc. han hecho que todos los formatos físicos de las producciones visuales o musicales hayan quedado desfasados. Y por tanto sus ventas han descendido notablemente.

Todos los formatos físicos son residuales. Las ventas de vinilos apenas representan el 4% de los ingresos de la industria. Las ventas de formatos físicos, el 7%, superan a las descargas digitales (6%). Pero el jefe es el *streaming*, que supone el 85% de los ingresos. (Lopez, 2021)

Por lo que, para adaptarse a estos nuevos tiempos en los que las ventas de la producción física cultural han caído, es necesario reinventarse y diferenciarse, tanto de la competencia como de las distintas plataformas digitales, de las que, por

supuesto, estos artistas también son partícipes. Para ello es importante ofrecer una experiencia o ventaja al oyente que le motive a comprar el producto.

Dichas experiencias sí que le son dadas al oyente en un concierto o festival de música. Porque además de escuchar la producción musical del artista, el oyente tiene la experiencia de ver al artista en directo, relacionarse con otras personas con sus mismos gustos, vivir el momento en directo e incluso inmortalizarlo desde su dispositivo móvil para poder revivirlo una y otra vez cuando ese concierto haya finalizado.

Muchos profesionales y empresarios del sector de la comunicación, hacen hincapié en tener en cuenta el tiempo del consumidor. Pues actualmente, en nuestra sociedad, todo va muy deprisa y el tiempo es un recurso muy valioso. En este argumento se basan para justificar que ya no compramos productos o servicios, sino que compramos experiencias: “Actualmente los consumidores están más conectados y su recurso más valioso es el tiempo. Como consecuencia de esto, ya no compramos productos o servicios, compramos experiencias”. (Ortí, 2018)

Sin embargo, consideramos oportuno señalar que esto es algo que se lleva haciendo mucho tiempo. No se compra un objeto, se compra una experiencia desde siempre. Pues aunque las plataformas digitales hayan ganado terreno en los últimos años, antes también se podía escuchar la producción musical de un artista en medios como la radio, por ejemplo. Sin embargo, la gente compraba discos porque, como actualmente pasa, se identificaban con el artista, con sus letras, con su imagen, etc. Es por ello que consideramos que la compra de experiencias se produce desde hace muchos años atrás. Y es en la experiencia que ofrecemos al cliente donde encontraremos su aprobación o no, y, en consecuencia, la compra o no de nuestro producto o servicio. El cual, por supuesto, podremos diferenciar de otros y obtener así mejores resultados.

2. OBJETO DE ESTUDIO Y JUSTIFICACIÓN

Para la elaboración de este proyecto Trabajo Fin de Grado, hemos decidido realizar el análisis de una serie de producciones visuales estáticas que forman parte y acompañan a la producción artística musical del cantante de pop-rock español conocido como Leiva: desde las carátulas de sus discos, hasta carteles de conciertos y una parte de su *merchandising*.

Ello permitirá determinar si con el paso de los años ha habido una evolución, en cuanto a estilo, de la producción gráfica que gira en torno a toda su obra musical. Y así poder adquirir una mejor comprensión sobre la misma, en concreto sobre su composición creativa y estilística inicial, hasta ahora. También permitirá apreciar si se ha tratado de una evolución gráfica que ha venido dada por el gusto del artista, o si quizás hay un motivo estratégico y publicitario relacionado con este cambio.

También permitirá apreciar la diferencia entre distintos formatos a la hora de crear un diseño (carátula, gráfica y *merchandising*), cuál es la utilidad estratégica de los distintitos diseños en los distintos formatos y por qué estos cambian en función del formato que tomemos.

Es sabido que todo producto o servicio requiere de cierto grado de marketing y estrategia para poder venderlo. Por lo que es muy importante tener una identidad y diferenciarse de otras marcas o productos que aparentemente ofrezcan ventajas análogas. Y es que el diseño de un buen *packaging*¹, como pueden ser las carátulas discográficas, el diseño de un buen cartel o *merchandising*, es clave para atraer la atención del público y que se dé lugar la compra del producto.

La elección del tema propuesto como objeto de estudio nos permitirá aplicar todo lo aprendido durante estos cuatro años en el Grado en Publicidad y RR. PP, en concreto, ahondar en la rama del análisis de imágenes: conocer más profundamente cómo estas se venden y se disfrutan, cómo se integran dentro de una campaña comercial y cómo

¹ *Packaging*: Voz inglesa para denominar el envasado o embalaje de un producto o mercancía. Conjunto de técnicas de diseño del envase de un producto –elección de materiales, conservación del producto, almacenamiento de la mercancía, formatos, elaboración de etiquetas, etc. (Diccionario Marketing Directo, 2022, párr. 1)

conforman la parte artística de, en concreto y en este caso, una figura musical de reconocido prestigio. El análisis permitirá comprender y aplicar distintos conceptos sobre las anteriores disciplinas ya nombradas, y poder ampliar nuestro bagaje cultural y compartirlo con los lectores. Permitirá tomar referencias a nivel estético y de composición para mi futuro académico y profesional en el campo de la publicidad y de las relaciones públicas.

Es por todo ello que nos parece importante e interesante analizar una parte de la producción, en términos de imagen y diseño, que acompañan a la obra musical del cantante Leiva. En concreto, las carátulas discográficas de sus discos, las gráficas promocionales de sus conciertos (una por cada disco), y una pequeña parte de su *merchandising*. Para, finalmente, poder expresar en la conclusión de este trabajo, con carácter publicitario y de creatividad, por qué las imágenes analizadas son como son, en qué han cambiado a lo largo del tiempo, y por qué han cambiado. Teniendo en cuenta tanto las variables que permitirán realizar dicho análisis y que posteriormente expondremos en el marco teórico de este trabajo: el paso del tiempo, el formato, los objetivos y la estrategia de producción y diseño.

3. METODOLOGÍA Y MARCO TEÓRICO

Una vez delimitado el objeto de estudio y el objetivo del proyecto, pasaremos a explicar la metodología para llevar a cabo el análisis de imágenes. Esta metodología se basará en un análisis inductivo-deductivo de las mismas. Es decir, nos basaremos en la descripción de las imágenes, para posteriormente aportar una posible significación de lo que estamos viendo. Para ello tendremos en cuenta la aportación de un autor como Roland Barthes, quien, a finales del siglo XX, en su obra *La cámara lúcida*, desarrolló un método basado en la distinción del *studium* (vinculado a la descripción y reconocimiento de formas y objetos) y el *punctum* (vinculado a la experiencia provocada por las imágenes, a lo punzante).

Además, para obtener un análisis más completo, nos valdremos de disciplinas como la semiótica, y principios básicos de teoría de la forma (Gestalt), sobre todo en lo relativo a la composición. De ellas extraeremos la información necesaria para llevar a cabo este proyecto. Además, también se atenderá al análisis desde una perspectiva persuasiva, que trata de convencer a los receptores del mensaje de la compra, en muchas ocasiones mediante el deseo del espectador, que se encuentra envuelto en un mecanismo de identificación con el artista y su obra.

Comenzaremos hablando de la Gestalt y la semiótica, pues estas ramas servirán para que, posteriormente, autores como Roland Barthes, del que hablaremos más adelante, pudiesen desarrollar su propio método alrededor del análisis de imágenes.

3.1. Sobre la composición en la teoría de la Gestalt

Rudolf Arnheim ha definido la composición del siguiente modo:

La composición es la distribución de elementos visuales que crea un todo autónomo, equilibrado, y estructurado de manera tal que la configuración de fuerzas refleja el sentido del enunciado artístico. La composición de la forma se refiere a la distribución de elementos en el espacio bi- o tridimensional: la composición del color se basa en relaciones sintácticas tales como la semejanza, la complementariedad y el contraste, así como en las relaciones entre los matices primarios y secundarios. (Arnheim, 1982, p. 233)

Su definición alude a una serie de elementos y principios que merece la pena considerar de cara al análisis de las imágenes. Primeramente, habla de que los elementos visuales crean un *todo autónomo*. Y es que, tal y como explica el propio Arnheim, cuando nuestro cerebro visualiza una imagen no selecciona objeto por objeto, sino que percibe todo lo que ve en la imagen como un todo; a pesar de que cada objeto sea distinto en tamaño, forma y distancia. Lo que ocurre es que todas estas propiedades están integradas conjuntamente dentro del campo visual del espectador, y por tanto son percibidas de manera conjunta.

También hace referencia a la idea de un *todo equilibrado*, es decir, al equilibrio dentro de una composición, y distingue entre equilibrio físico y equilibrio visual, los cuales se asemejan en muchos aspectos, pero también se diferencian en otros tantos. El equilibrio se podría definir como: “el estado en el que las fuerzas que actúan sobre un cuerpo se compensan de unas a otras. En su forma más simple, se logra mediante dos fuerzas de igual intensidad y direcciones opuestas” (Arnheim, 1954, p. 34).

La diferencia respecto al equilibrio físico es que el equilibrio visual no precisa de ningún método de cálculo racional para ser hallado, sino que el sentido intuitivo del equilibrio del ojo humano es el método más eficaz para hallarlo.

Otra diferencia entre el equilibrio físico y el visual es el concepto de *centro*², pues cuando hablamos del centro físico de una composición se correspondería con aquel punto que se encuentra a la misma distancia de la parte superior, inferior e izquierda y derecha de una composición, es decir, el punto medio. Sin embargo, el centro visual va más allá, y depende principalmente de la distribución del peso visual, al que contribuyen los colores, las formas y el espacio. No conviene confundir el centro físico con el centro visual de una composición, que es un centro dinámico.

² “Foco del que emanan y convergen fuerzas, lo corriente es que su posición coincida con la del punto medio geométrico. Sin embargo, cualquier objeto visual constituye un centro de fuerzas, y puede por supuesto ubicarse en cualquier parte del espacio visual” (Arnheim, 1982, p. 16-17).

Es preciso señalar que, para encontrar el equilibrio, no es necesaria la simetría, pues, aunque es la manera más básica de conseguir dicho equilibrio en una composición, es más corriente encontrar distintas desigualdades, las cuales mediante una adecuada ejecución compositiva encuentren el equilibrio dentro de la composición. Sin embargo, para hablar de equilibrio, debemos atender a las propiedades visuales básicas del cual depende, como son el *peso*³ y la *dirección*⁴. Ambas mantienen una relación directa con el equilibrio y pueden lograr la modificación del mismo.

El equilibrio es necesario para que una composición sea válida y comprendida, pues el desequilibrio genera incomodidad, incompreensión, inestabilidad y rechazo. Esto también lo transmite Arnheim en su definición de *composición*, pues como él apunta: “refleja el sentido del enunciado artístico”.

Además, desde la psicología, diversos autores destacan que nuestro propio organismo tiende a la acción de restablecer el equilibrio en una composición desequilibrada, con el objetivo de mantener la estabilidad. Esto es denominado por el psicoanalista Sigmund Freud como *principio de placer*, en el que explica cómo una tensión desagradable puede activar la mente, la cual sentirá el impulso de reducir esta tensión que le produce desagrado. Además, relacionado también con la necesidad del equilibrio compositivo, se le puede aplicar el *principio de economía*, en el cual, el hombre trata constantemente de gastar la menor energía posible. Y es que, cuanto más equilibrada sea una composición, su comprensión y asimilación será más rápida y sencilla de comprender para el ser humano. La necesidad de equilibrio está ligada a la necesidad de ahorrar la energía que empleamos para percibir y realizar toda clase de operaciones intelectuales.

Por último, Arnheim, en su definición de composición, habla también de la forma y del color, de los cuales habla como elementos que se interrelacionan entre sí, pero

³ “Física y cenestésicamente, el peso es el efecto de la atracción gravitatoria. Visualmente, es el poder dinámico intrínseco que posee un objeto en virtud de su notabilidad, tamaño, forma, ubicación, etc.” (Arnheim, 1982, p. 242)

⁴ “Hemos señalado que el equilibrio se logra cuando las fuerzas que constituyen un sistema se compensan unas a otras. Esa composición depende de las tres propiedades de las fuerzas: la ubicación de su punto de aplicación, su intensidad y su dirección. La dirección de las fuerzas visuales viene determinada por varios factores, entre ellos la atracción que ejerce el peso de los elementos vecinos”. (Arnheim, 1954, p. 41)

que, a su vez, se puede hablar de ellos de manera separada. La forma tiene un rasgo identificativo mucho más amplio que el color, pues el ser humano es capaz de reconocer un objeto, aunque el ángulo desde donde lo está percibiendo proyecte una forma diferente a la esperada. Es lo que se conoce como *forma perceptual*⁵. Mientras que la forma está ligada al control intelectual, el color tiene otras funciones, principalmente la de proporcionar al espectador una experiencia emocional.

Por último, es preciso comentar que, cuando hablamos de forma y color, se debe tener en cuenta también el espacio, y su relación con estos dos componentes:

El espacio es el medio constituido por la totalidad de las relaciones de forma, color y movimiento. En toda experiencia visual participan tres dimensiones del espacio. La percepción de lo plano es el caso límite en que la profundidad, la tercera dimensión, alcanza un mínimo. El *espacio pictórico* posee el grado de profundidad que la proyección aporta. Lateralmente, el espacio pictórico puede estar confinado por un marco o extenderse un poco por detrás y más allá de dicho marco. (Arnheim, 1982, p. 240)

Lo que nos lleva a decir que el espacio es un condicionante perceptivo que puede llegar a alterar la percepción de la forma y color, los cuales pueden estar supeditados a otros elementos que condicionen a su vez la percepción.

3.2. La interpretación desde un enfoque semiótico

Según la RAE: “la semiótica es la ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción” (Real academia española, 2022, definición 1). Se trata de una rama de la filosofía del lenguaje, cuyos máximos representantes y responsables de haber sentado las bases son Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure. Se han ocupado de estudiar el proceso y los elementos que hacen posible la significación, y han propuesto definir el signo como una unidad de expresión

⁵ A diferencia de la forma material, que “se trata de la concepción más básica de la forma, es aquella forma que viene delimitada por sus límites” (Arnheim, 1954, p. 62), la *forma perceptual* es aquella que percibimos a través de nuestros ojos. No siempre percibimos un objeto en su totalidad, la percepción dependerá de nuestro ángulo de visión, sin embargo podemos reconocer el objeto que estamos viendo, aunque la proyección del objeto sea muy distinta del mismo.

constituida por significante y significado. Significante porque el signo es percibido a través de cualquiera de nuestros cinco sentidos, comúnmente mediante la vista, oído o tacto. Y significado porque esa unidad de expresión tiene asociado un concepto y representación mental, que nos permite saber a qué nos estamos refiriendo.

Los trabajos de esos autores han sido muy importantes para el desarrollo de los estudios semióticos, aunque algunas de sus propuestas se hayan visto superadas por los de otros autores posteriores como Umberto Eco, que llevó a cabo una crítica rigurosa del concepto de signo e introdujo notables consideraciones acerca de la interpretación⁶ textual. Pensaba que era más importante y efectivo centrarse en el estudio del *texto*, como espacio o lugar de producción semántica que puede incluir diferentes modalidades de signos, ya sean icónicos o de otro tipo. Resumiendo mucho, cabría recordar que este autor señaló la existencia de tres tipos de intenciones que el analista podría detectar al interpretar un texto, pues el texto está hecho para transmitir cualquier tipo de mensaje o sensación, y presupone la presencia de un lector o espectador que tendrá que leerlo e interpretarlo, para lo cual está obligado a disponer de ciertos códigos: la intención del autor (*intentio auctoris*), la de la propia obra (*intentio operis*) y la del lector o intérprete (*intentio lectoris*).

Estos tres términos hacen referencia a lo que el autor de un texto quiere decir, cómo lo dice a través del objeto, texto u obra y la interpretación que le da el lector. Lo que quiere decir que un objeto textual puede tener diversas interpretaciones y que el significante puede generar múltiples significados, dependiendo siempre del contexto que lo enmarca, aunque no todas sean correctas o adecuadas. Es preciso tener en cuenta la intención de la obra (*intentio operis*)

Decía Agustín que si una interpretación parece plausible en un determinado punto de un texto, sólo puede ser aceptada si es confirmada —o al menos, si no es puesta en tela de juicio— por otro punto del texto. Esto es lo que entiendo por *intentio operis* (Eco, 1992, p. 40)

⁶ El *enfoque interpretativo* designa, para Eco, la acción de interpretar un objeto textual, a diferencia del *enfoque generativo*, que es el término utilizado para designar la acción de describir un objeto textual, sin tener en cuenta los efectos que puede provocar. (Eco, 1992, p. 29-30)

Para hacer una correcta interpretación se han de tener en cuenta los límites interpretativos. Las hipótesis de interpretación (*intentio lectoris*) tendrán que confrontarse con el texto (*intentio operis*) para comprobar que su relación no es contradictoria. Ante todo, se ha de priorizar el objeto textual (*intentio operis*), pues es el que sustenta las bases de la interpretación, por encima de la intención del lector, y sobre todo por encima de la intención del autor.

La iniciativa del lector consiste en formular una conjetura sobre la *intentio operis*. Esta conjetura debe ser aprobada por el conjunto del texto como un todo orgánico. Esto no significa que sobre un texto se pueda formular una y sólo una conjetura interpretativa. En principio se pueden formular infinitas. Pero, al final, las conjeturas deberán ser probadas sobre la coherencia del texto, y la coherencia textual no podrá sino desaprobado algunas conjeturas aventuradas (Eco, 1992, p. 41).

Eco reitera que no todas las interpretaciones se pueden considerar válidas, y comenta que algunas profundizan más en la estructura del texto, sin embargo, aunque todas las interpretaciones aportan algo a la significación del texto, para realizarlas se han de tener en cuenta aspectos como el *sentido literal*⁷ y anteriores interpretaciones ya dadas para no caer en una interpretación inaceptable.

Para tomar un texto como parámetro de las propias interpretaciones, debemos admitir, al menos por un instante, que existe un lenguaje crítico que actúa como metalenguaje y que permite la comparación entre el texto, con toda su historia, y la nueva interpretación. (Eco, 1992, p. 42).

3.3. *Studium vs. Punctum*

Roland Barthes empezó trabajando en el ámbito de la semiótica para estudiar diferentes tipos de textos (literarios, pictóricos, cinematográficos, publicitarios, etc.) y, posteriormente, fue incorporando referencias de otras disciplinas como el psicoanálisis, que trascendían los límites de la propia semiótica. Por eso utilizó expresiones como lo *obvio* y lo *obtuso*, o *studium* y *punctum*, para desarrollar un

⁷ Para Umberto Eco, el sentido literal es la coincidencia entre la *intentio auctoris* y la *intentio operis*: “Reconozco que, para hacer esta afirmación, es necesario, antes de nada, admitir que los enunciados pueden tener un «sentido literal»” (1992, p. 14).

método de análisis que también tenía en cuenta factores subjetivos como la emoción o el deseo, sin los cuales es difícil comprender el significado de cierta clase de textos. Es el método que intentaremos seguir.

Barthes se da cuenta de que existen muchas razones por las que una fotografía puede llamar la atención del espectador, ya que a partir de ellas se puede desear o detestar: el objeto representado, el cuerpo, el paisaje, la técnica empleada, etc. Pero no siempre atrae lo mismo con la misma fuerza en un momento preciso, lo cual complica nuestra relación con su significado: “Tal foto puede satisfacer uno de mis deseos e interesarme débilmente; y si tal otra me interesa fuertemente, quisiera saber qué es lo que en esta foto me hace vibrar” (Barthes, 1980, p. 54).

Por ello, trata de generar una teoría que delimite cuáles son los puntos que hacen, o no, a una fotografía interesante para el espectador. Piensa la fotografía como un objeto sujeto a tres prácticas: hacer, experimentar y mirar. Tales acciones están enlazadas con las personas partícipes en una fotografía, a las que el autor se refiere como *Operator* (que designa al fotógrafo en el proceso de la toma fotográfica), *Spectator* (que designa al observador, sujeto que mira) y *Spectrum* (que designa lo fotografiado, la cosa o sujeto mirado).

Para este Trabajo de Fin de Grado, será prioritaria la figura del *Spectator*, el consumidor de la imagen, que es precisamente la perspectiva que se seguirá para analizar las imágenes elegidas. Nos fijaremos, además, en la citada relación entre *studium* y *punctum*. El primero de ellos, el *studium*, tiene que ver con nuestro saber interno, con la cultura que cada persona ha adquirido. Pues, si no sabemos lo que estamos viendo, podemos mostrarnos indiferentes ante ello o, al contrario, podemos procesar emociones distintas. Esta característica puede ser compartida y común a muchos observadores, pues se trata del conocimiento, que no es innato al ser humano, sino que se adquiere. Es resultado de un aprendizaje. Barthes no trata este concepto como “el estudio” literalmente, sino que lo liga más a un rasgo cultural, a un conjunto de conocimientos que regula nuestra manera de entender lo que vemos. También está vinculado con el gusto por algo, pero este “gustar” no tiene relación con evocar ninguna emoción interior, no tiene que ver con el goce o con el dolor:

Reconocer el *studium* supone dar fatalmente con las intenciones del fotógrafo, entrar en armonía con ellas, aprobarlas, desaprobarlas, pero siempre comprenderlas, discutir las en sí mismo, pues la cultura (de la que depende el *studium*) es un contrato firmado entre creadores y consumidores. (Barthes, 1980, pp. 66-67)

Por su parte, el *punctum* está vinculado con las emociones y sentimientos, es algo más subjetivo y personal despertado por la imagen fotográfica: “ese azar que en ella me despunta (pero que también me lastima, me punza)”. (Barthes, 1980, p. 65).

Según Barthes, hay fotografías que nos pueden ser indiferentes, por lo que carecen de algo que nos puncen, es decir, solo encontramos la presencia de *studium* en ellas. Este tipo de fotografías son denominadas por el autor “*fotografía unaria*”: “La fotografía es unaria cuando transforma enfáticamente la realidad sin desdoblarla, sin hacerla vacilar (en énfasis es una fuerza de cohesión): ningún dual, ningún indirecto, ninguna disturbancia”. (Barthes, 1980, p. 85)

Sin embargo, un simple detalle en una fotografía puede cambiarlo todo, puede hacer que haya en ella algo que nos puncen. Y entonces encontramos fotografías con coexistencia de ambos elementos (*studium* y *punctum*). Se puede decir que el *studium* forma parte de un código, pero el *punctum* no, pues se introduce como un detalle, un añadido que siempre ha estado en la fotografía, y que el espectador intuye según su interés, vivencia, recuerdos, etc. Se trata de algo muy personal que cada persona puede intuir de forma diferente. El *studium* dice lo que todo el mundo ve y sabe mientras que el *punctum* es una emoción personal que se produce al percibir ese “detalle”.

4. ANÁLISIS DE LAS PRODUCCIONES

4.1. *Diciembre*

Fue el primer disco del artista, tras su separación de la banda Pereza, de la que participaba como cantante y guitarrista. Se lanzó al mercado en 2012 y contiene trece canciones. Fue uno de los discos más vendidos durante ese año en España, llegando incluso a ser elegido como mejor disco del año por la entrevista Rolling Stone y disco nacional del año por iTunes España.

El disco fue grabado en Madrid, en el estudio casero de Leiva. Aunque también contó con la ayuda de Estudios Montepincipe, y para el mezclado y el masterizado se contó con la ayuda de la empresa Red Led.

Sin embargo fue Leiva el que, en mayor medida, se encargó de componer, producir y tocar los instrumentos necesarios para que el disco saliese adelante.

4.1.1. Carátula Discográfica



Figura 1. Carátula Leiva *Diciembre* (2012)

En esta primera carátula, el artista aparece fotografiado con su característico sombrero en un plano medio corto, en *escorzo*⁸, mirando hacia un lugar que se extiende en profundidad, más allá de lo que podemos reconocer. Aunque está recortada por el encuadre, podemos identificar su figura, que se impone como Gestalt reconocible, al menos, entre aquellos de sus seguidores que lo conocen. La teoría de la Gestalt ha explicado que existe una tendencia de la percepción que lleva a completar las formas incompletas⁹. Es lo que se denomina completamiento espontáneo de las formas perceptuales. Además, este escorzo da relieve e interés a la figura, haciéndola más sugerente y generando una sensación de misterio.

“Brunius afirma que el perceptor «reconstruirá todos completos a partir de los cuerpos fragmentarios de dentro del marco de acuerdo con las leyes de la *Gestalt*»” (Arnheim, 1982, p.66)

No podemos ver la cara del cantante, pues, aunque su cuerpo está de perfil, su cara está mirando hacia otro lado, mientras sujeta con su mano derecha un pendiente que cuelga de su oreja, justo al lado de esos cabellos que se extienden y retuercen entre el hombro y la barbilla. La mano es el *punto nodal*¹⁰ de la composición, pues el peso de la imagen recae sobre ella mediante una serie de imaginarios radios concéntricos que refuerzan su presencia, además de estar ubicada en el centro geométrico de la estructura.

Esta imagen se compone de figura y fondo, siendo la figura el propio cantante, el cual parece desvanecerse y fundirse con el fondo. Se trata de una figura grande, recortada sobre un fondo indeterminado y borroso que carece de profundidad de campo. En la parte

⁸ “El término *escorzo* se puede emplear de tres maneras diferentes: 1) Puede significar que la proyección del objeto no es ni es ortogonal, esto es, que su parte visible no aparece en toda su extensión, sino contraída proyectivamente. 2) Aunque la parte visible del objeto venga dada en toda su extensión, se puede decir de una imagen que está escorzada cuando no suministra una vista característica de la totalidad. Es únicamente nuestro conocimiento del aspecto exterior del modelo lo que nos lleva a considerar estas vistas ortogonales como desviaciones de un objeto de forma diferente; el ojo no lo ve. 3) Geométricamente, toda proyección implica escorzo, porque todas aquellas partes del cuerpo que no son paralelas al plano de proyección ven alteradas sus proporciones o desaparecen parcial o totalmente.” (Arnheim, 1954, p. 129)

⁹ *Ley de cierre*: La ley del cierre guarda una íntima relación con el concepto de *pregnancia*; toda información que contribuya a la conformación del concepto de contorno es privilegiada por sobre aquella que no contribuye a darle bordes o límites definidos a los objetos (Leonardo, 2004, p. 94).

¹⁰ “Para los fines que nos proponemos, cabe definir los nodos como constelaciones de vectores que crean centros de peso visual (...). Toda contracción produce nodos. En la dimensión de la profundidad, el escorzo crea contracciones para este tipo”. (Arnheim, 1982, pp. 161, 164).

baja de la carátula aparece escrito, con una tipografía *Sans Serif*¹¹, el nombre del álbum en grande, *DICIEMBRE*, y, en la parte inferior, en un tamaño más reducido, aparece el nombre del cantante. La carátula incorpora imágenes fotográficas y signos gráficos, lingüísticos, demostrando que estamos ante un campo de representación mixto. El diseñador ha recurrido al desenfoco de la fotografía para darle un mayor peso visual a la parte textual con el propósito de que las miradas se dirijan al título del álbum y pueda leerse bien, sin obstáculos.

La carátula sigue con la estética los últimos álbumes del grupo Pereza, del que nuestro artista fue partícipe años atrás. Asemejándose así a la estética retro que usaron en sus anteriores álbumes, como es el caso del álbum *Aviones*, pues en el caso de la fotografía que estamos analizando, esta parece analógica, aunque no podemos determinar si realmente lo es o si se trata de un efecto de postproducción, lo vemos en la calidad y nitidez de la imagen, además tiene exceso de ruido y distintas motas, que la hacen ver como antigua.

Respecto ese *punctum* del que habla Barthes, para nosotros estaría en la luz de esta fotografía, pues se trata de un sol más relacionado con la estación del verano que con la del invierno, que debería ser la propia, ya que el disco se llama “Diciembre”, produciéndose así un contraste conceptual.

Como hemos dicho anteriormente, el artista está jugando con la ambigüedad, y en este caso la obra puede dar lugar a *muchas interpretaciones*¹² en -función del espectador, del cual se requiere lectura activa. En nuestro caso, el último mes del año con una luz propia de verano le hemos dado la interpretación de un proceso que está a punto de terminar, en conjunción con la esperanza y la ilusión por lo que viene, el cierre de un ciclo. Es además una imagen crepuscular que refuerza la idea de fin de un ciclo y posible apertura de otro nuevo. Se trata de una imagen poética que provoca sentimientos, sensaciones y emociones, aunque estas sean ambiguas y diferentes para según quién visualice la

¹¹ Aquellos tipos de fuentes que no tienen remates en los extremos de los trazos. En este tipo de fuente las letras suelen tener un grosor idéntico en todo el trazado. (Williams, 2015, p. 170)

¹² “La iniciativa del lector consiste en formular una conjetura sobre la intención operis. Esta conjetura debe ser aprobada por el conjunto del texto como un todo orgánico. Esto no significa que sobre un texto se pueda formular una y sólo una conjetura interpretativa. En principio se pueden formular infinitas. Pero, al final, las conjeturas deberán ser probadas sobre la coherencia del texto, y la coherencia textual no podrá sino desaprobar algunas conjeturas aventuradas” (Eco, 1992, p. 41)

carátula. Y por eso comprobamos que el arte se desenvuelve en el terreno de la incertidumbre y la ambigüedad semántica.

Destaca, además, por el uso del color, que parece reducido a unas tonalidades ocre y marrones que remiten a las fotografías antiguas, como si la fotografía se hubiera virado al sepia. Podría decirse que se trata de una iluminación en contraluz, donde las masas oscuras se distribuyen en la parte izquierda de la imagen y las claras en la derecha, sirviendo el signo gráfico que da nombre al título para unificar ambas partes. El foco de luz, posiblemente natural, está situado en la parte izquierda, fuera del campo visual, y tiene la suficiente intensidad para modelar los detalles de la mano, cuyos dedos están marcados con puntos de luz que aportan relieve y destacan la sensación de verosimilitud escenográfica.

La carátula tiene una función estética, pues busca generar sensaciones de placer visual en el espectador. Intenta, además, como es el caso, introducirle en un mundo onírico, que le permita fantasear con la situación retratada y sirva de apoyo a las canciones que contiene. Se trata, asimismo, de una carátula basada en una fotografía figurativa de tipo realista, cuyos motivos iconográficos son fácilmente reconocibles. Designa un fragmento de la realidad que ha sido tratado con técnicas fotográficas para cautivar al espectador, sin necesidad de emplear demasiados trucos ni adornos, por lo cual podemos decir que se ha ajustado a un riguroso principio de economía: con pocos elementos, se pueden conseguir grandes resultados; menos es más.

4.1.2. Gráfica Promocional



Figura 2. Gráfica Concierto de Leiva *Diciembre* (2012)



Figura 3. Gráfica Concierto de Leiva *Diciembre* (2012)

Estas dos gráficas se utilizaron para promocionar la gira del disco que acabamos de analizar y están dominadas por una fotografía que, seguramente, fue realizada durante la misma sesión, pues tiene la misma atmósfera, la misma tonalidad cromática y un desenfoque análogo, aunque hayan cambiado algunos motivos iconográficos como el sombrero del artista, que ha sido reemplazado por una gorra militar. La figura está de perfil y ha sido recortada en primer plano sobre el fondo de un terreno árido y hostil. Ahora se le distingue y reconoce mucho mejor que en la anterior carátula.

Las dos gráficas tienen la misma estructura jerárquica, siendo lo más destacable la figura del cantante, que ocupa la posición superior y más importante de la composición. Están divididas en dos partes diferenciadas por un eje horizontal. La parte superior muestra la fotografía de Leiva, sobre la cual se ha superpuesto su nombre y una frase con letras blancas, y la inferior los datos de sus actuaciones, con tipografía de diferentes tamaños, también distribuidas según su contenido, importancia y necesidad informativa: lugar, fecha, hora, precio. Las palabras se distribuyen sobre una franja clara que permite generar el contraste necesario para que resulten legibles y no haya lugar al equívoco. Siguen un orden lineal y están constituidas por una cadena discreta de significantes. Volvemos a comprobar que los signos lingüísticos comparten espacio con las imágenes, haciendo

necesario disponer de un método de análisis que permita comprender sus funciones, tanto por separado como en conjunto.

A nivel compositivo, y comparando ambas producciones, comprobamos que no siguen el mismo *layout* –ordenación de elementos dentro de una composición–, pues, aunque el nombre del artista y la descripción del evento (“presentando en directo DICIEMBRE”) aparecen siempre en el mismo lugar dentro de la composición, la información del evento situada en la parte inferior no aparece siempre en el mismo lugar. El recuadro donde aparece la información está sobrecargado, no hay aire en la composición, lo que produce sensación de agobio. Dentro de este cuadro informativo tampoco existe un mismo *layout* y todo parece dispuesto de manera arbitraria.

Todo lo que hemos descrito podría incluirse en el *studium*, pues se trata de una serie de elementos que responden a la necesidad de informar y agradar a la vista con formas reconocibles, incluyendo los guiños implícitos a Pereza, señalados por la gorra y las gafas de aviador. El *punctum* podría localizarse en algunos detalles que, por ejemplo, señalan el paso del tiempo, cuya emergencia puede herir la sensibilidad del espectador: “Este nuevo punctum que no está ya en la forma, sino que es de intensidad, es el tiempo, es el desgarrador énfasis del noema (“esto ha sido”), su representación pura”. (Barthes, 1980, pp. 164-165). Además, el terreno árido y hostil en el que se encuentra Leiva, sumado al título del álbum, último mes del año, sugieren connotaciones temporales que pueden estar ligadas a la aspereza y hostilidad del paso del tiempo.

La imagen analizada es fundamentalmente informativa, pues su objetivo es dar a conocer las fechas y lugares de un espectáculo, aunque incluye también la imagen del artista como elemento de identificación y seducción, siguiendo esquemas muy repetidos en este tipo de producciones, usadas desde hace décadas con una finalidad comunicativa y comercial.

4.2. Pólvora

Este es el segundo disco de larga duración que Leiva sacó en solitario. Fue lanzado al mercado en 2014 y contiene trece canciones.

El disco fue grabado en directo, por todos los miembros de la producción a la vez en la misma sala, algo que no suele hacer Leiva en sus producciones. Otra novedad de la

producción de este disco, es que Leiva esta vez compartió la responsabilidad de la figura de productor con Carlos Raya, guitarrista y productor español, que durante los años 80 fue miembro del grupo de rock duro “Sangre”.

La fotografía de la carátula ha sido tomada por el fotógrafo Rubén Martín, que es el fotógrafo habitual de Leiva, junto al equipo de Boa Mistura.

4.2.1. Carátula Discográfica

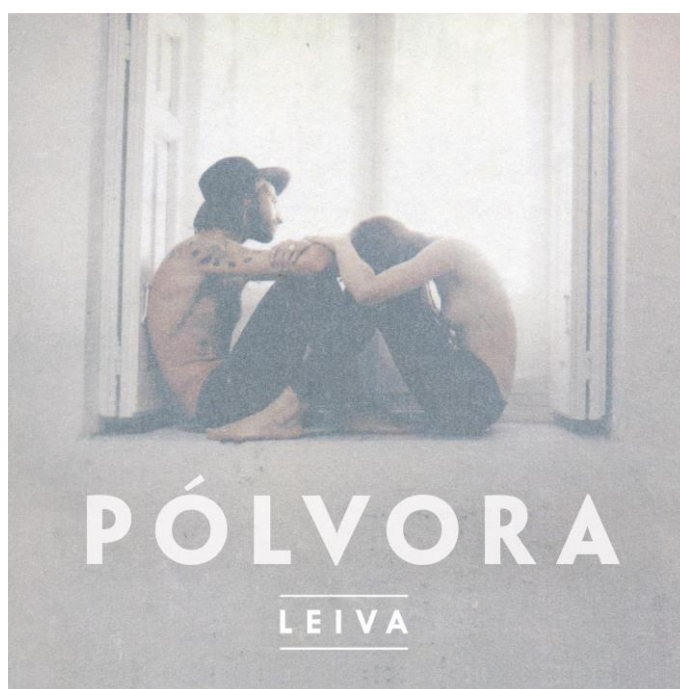


Figura 4. Carátula Leiva *Pólvora* (2014)

La estructura de esta carátula se asemeja a la de su anterior disco, pues está formada por una fotografía velada sobre la cual se ha insertado el nombre del artista y el título del álbum, con la misma tipografía blanca, dando así coherencia y unidad a su estilo. El efecto de imagen velada ha servido para envolver la escena en una atmósfera distante y misteriosa, que parece reproducir la apariencia de imágenes antiguas. También contribuye a reducir el contraste y el claroscuro, necesario para discriminar los objetos del campo visual. El fotógrafo ha fijado su atención en una ventana de tamaño considerable que contiene un alfeizar interno, en el que están sentadas dos figuras de perfil: a la izquierda vemos al artista, con su característico sombrero, que opera como marca de identificación, mirando hacia el exterior de la ventana, con el torso desnudo para que se vean sus tatuajes, en una posición comfortable que transmite calma y sosiego. A la derecha, tenemos a una

figura femenina anónima, con la cabeza sobre las rodillas, formando con el artista un conjunto casi simétrico. La posición de Leiva resulta de mayor importancia, en función del peso visual de los objetos situados a la izquierda y la posición levantada de la cabeza: “Dentro de un grupo de actores, domina la escena el situado más a la izquierda. El público se identifica con él y ve a los demás, desde la posición de él, como adversarios”. (Arnheim, 1954, p. 49).

Ambos personajes aparecen con el torso desnudo. A través de la ventana en la que se encuentran sentados entra demasiada luz, como un resplandor que impide ver lo que hay al otro lado. El tipo de luz elegida y la configuración escenográfica contribuyen a reforzar una sensación dramática, a la que cabría atribuir diferentes significados. Tanto Leiva como la mujer son el punto nodal de la composición, pues la imagen se compone de una serie de ejes o vectores que convergen hacia ellos, creando así lo que sería el centro de la composición. Además, la luz aumenta este peso.

Los vectores, por el contrario, operan a través de la interrelación de fuerzas dirigidas. A los centros que tal interrelación crea puede llamárseles nodos. Para los fines que nos proponemos, cabe definir los nodos como constelaciones de vectores que crean centros de peso visual. (Arnheim, 1982, p. 161)

Es una imagen centrada, donde lo más importante está colocado en la zona media. El conjunto formado por los dos personajes tiene una distribución interior de pesos que contribuye a dinamizar la composición. No es una simetría plena, pero se mantiene el orden y el equilibrio, combinando el esquema cartesiano con el concéntrico. La cabeza levantada de uno contrasta con la cabeza agachada del otro, introduciendo una diferencia de posición que podría resultar significativa en términos dramáticos. El sutil desequilibrio podría tener una función expresiva, pues “la configuración de fuerzas refleja el sentido del enunciado artístico” (Arnheim, 1982, p. 233).

El *punctum* de esta imagen para nosotros se encuentra en la mujer, pues parece triste o incluso temerosa, mientras Leiva mira por la ventana hacia afuera, como si estuviera absorto o pensando en otra cosa. La pose de la mujer sugiere cansancio y derrota. Con el título del álbum “Pólvora”, podríamos intuir que se trata de una explosión, en la que ella está asustada, por ello esconde su cabeza entre sus piernas. Mientras Leiva mira con resignación lo que está pasando con una actitud hierática, como desentendiéndose, distante. También llama la atención que ambos se encuentran desnudos de cintura para

arriba, lo cual sugiere intimidad compartida, proximidad, relación amorosa. Podría decirse, incluso, que están solos ante el mundo, separados de los demás, sugiriendo que se trata de la representación de una escena integrada en una secuencia narrativa más amplia, donde están pasando cosas que tal vez descubramos al escuchar las canciones. La palabra *pólvora* enseguida evoca la posibilidad de una explosión; en este caso, amorosa. Eso es lo que punza en la imagen. Todo invita a suponer que nos estamos aproximando a una situación de cambio marcada por el acento semántico de la palabra elegida como título, y que el artista encarna al protagonista de esa hipotética película o lo que Eco denomina mundo posible.

El texto que describe este estado o curso de acontecimientos es una estrategia lingüística destinada a suscitar una interpretación por parte del Lector Modelo. Esa interpretación (sea cual sea la forma en la que se expresan) representa el mundo posible bosquejado en el curso de la interacción cooperativa entre el texto y el Lector Modelo. (Eco, 1992, p.218)

4.2.2. Gráfica Promocional



Figura 5. Gráfica Leiva *Pólvora* (2014)

La gráfica mantiene la misma estructura que en los dos casos anteriores, pues también muestra en la parte superior al artista, que vuelve a aparecer con cierto desenfoque, y en la inferior los datos de los conciertos, con indicaciones precisas de fechas y lugares, tiempos y espacios. El artista se muestra más abiertamente al espectador, a quien está observando con rostro serio, sobre un fondo amarillento que rima con el tono de su piel, en contraste con el rojo saturado de la franja del texto, que tiene, ya de por sí, un destacado peso visual. Es además el color de las pasiones. Destaca la superposición de la palabra *pólvora* sobre su cuerpo, generando una identificación que podríamos traducir en la frase *Yo soy la pólvora*. Volvemos a encontrar una distribución jerarquizada de motivos textuales, según modelos convencionales que responden a funciones informativas. La presencia de la marca patrocinadora es muy visible, pues ocupa la parte superior derecha de la estructura compositiva, con el rojo característico de la cerveza *Mahou, Cinco estrellas*, que rima con el rojo de la banda inferior. Los conciertos aparecen así vinculados al consumo de esta bebida. El logo se vuelve a repetir en la parte inferior, al lado de otros patrocinadores de la gira, trazando así una diagonal imaginaria que une el ángulo superior derecho con el ángulo inferior izquierdo. El color y la densidad de la imagen dirigen la mirada del espectador estratégicamente.

Todo lo expuesto estaría dentro del *studium*, quedando el *punctum* reducido a la presencia física del artista, en su papel de objeto de deseo para la mirada de los fans, en el centro de la imagen, en plano medio frontal, sin escorzos innecesarios. Su aspecto, su mirada y su actitud revelan un atractivo fatal, que parece marcado por el conflicto y el exceso. Es la antítesis de otros modelos masculinos de aspecto más saludable y deportivo.

Otro punto a destacar del artista es su iluminación, pues la luz con la que es iluminado proviene del lado izquierdo, dejando así su parte de la cara del lado derecho menos iluminada. Las motas o residuos de tierra que aparecen en el fondo, en la parte superior izquierda, y también a la derecha, podría a dar pie, por parte del espectador, a interpretarlo como restos de una explosión, o al menos como elementos que introducen textura material, cierto grosor matérico. Sugiere la idea de que el artista, y sus canciones, pertenecen a un mundo donde hay mucha textura.

Pese a ello, no debemos olvidar que la manera en la que esto se representa es bastante sutil, y ambigua como el arte mismo, y que puede haber diversas interpretaciones, las cuales se han de ajustar siempre al objeto analizado: “El hecho mismo de que, por parte del intérprete, se haya puesto la construcción del objeto textual bajo el signo de la

conjetura muestra cómo intención de la obra e intención del lector están estrechamente vinculadas”. (Eco, 1992, p. 45).

4.3. *Monstruos*

Monstruos (2016) es el tercer disco del cantante Leiva. Esta producción está compuesta por doce canciones.

En este caso, el disco se grabó en Madrid. Y Leiva delegó toda la responsabilidad de la producción del disco en el que se convertirá en su productor de confianza: Carlos Raya. Como ingeniero de sonido de esta producción musical, Leiva contó con Joe Blaney¹³. Ambos, tanto Carlos Raya como Joe Blaney, se convertirán en personas frecuentes en las posteriores producciones de Leiva.

Un dato a destacar de *Monstruos*, es el reconocimiento que tuvo, pues se convirtió en disco de oro en 2017.

4.3.1. Carátula Discográfica



Figura 6. Carátula Leiva *Monstruos* (2016)

¹³ Productor musical, ingeniero de sonido y mezclador estadounidense. Se le reconoce por su trabajo para grandes grupos como: “The Clash” o “Ramones”. También por la producción de varios discos de artistas como Andrés Calamaro. Tiene una gran carrera como productor de rock español.

Si lo comparamos con sus anteriores producciones, comprobaremos que se han mantenido algunos elementos y cambiado otros. Se mantiene el carácter figurativo de la fotografía empleada, la centralidad y el tipo de letra utilizada para introducir el nombre del artista, incluyendo el color blanco, pero ha cambiado la tipografía elegida para el título del álbum, que ahora tiene un trazo rojo que transmite mayor apariencia de espontaneidad, a diferencia del carácter mecánico de la Sans Serif.

La fotografía reproduce la imagen de un niño vestido con un traje de artes marciales y en una pose típica de yudo o karate. Es un plano de cuerpo entero, ubicado en una estancia amplia en la que no aparece ningún otro objeto, dando así todo el protagonismo al niño, cuya actitud revela una disposición para el combate y la acción. Aparece con una pierna más adelantada que la otra, al igual que su brazo derecho, que parece dispuesto para el ataque, en un escorzo que refuerza la idea de proyección espacial, de profundidad: “Todas aquellas partes del cuerpo que no son paralelas al plano de proyección ven alteradas sus proporciones” (Arnheim, 1954, p. 130).

El pie y la mano adelantada marcan la *dirección*¹⁴ de la composición hacia delante a la izquierda, pareciendo que quiere luchar contra algo ubicado en el exterior, fuera de los límites visuales de la escena. La posición del brazo y su mirada introducen un vector de dirección que apunta hacia un lugar que no vemos, pero dinamiza la acción. Al menos, el gesto, que revela aprendizaje y buenas maneras. Podría decirse que el peso visual es exterior y está compensado por el rectángulo oscuro de la parte derecha, que contribuye a equilibrar la escena. “Visualmente, un objeto de determinado tamaño, forma o color llevará más peso cuando se lo sitúe más arriba” (Arnheim, 1954, p. 44). El decorado del fondo tiene unas formas curvilíneas que dan relieve y contrarrestan su carácter plano.

El nombre del álbum aparece en rojo, porque este color genera más tensión que el resto de “no colores”¹⁵, ya que toda la carátula, menos el nombre del álbum, está realizada en escala de grises. Esta configuración hace que el espectador sitúe su mirada en el título del álbum, por un aumento de peso visual en la parte baja de la carátula, gracias al color rojo.

¹⁴ La dirección de las fuerzas visuales viene determinada por varios factores, entre ellos la atracción que ejerce el peso de los elementos vecinos (Arnheim, 1954, p. 41).

¹⁵ El blanco y el negro, que en conjunción forman la escala de grises.

En la parte baja, como en todas las anteriores, aparece el nombre del artista.

El *punctum* de la composición se situaría en el título, *Monstruos*, pues se trata de una palabra especial, ya que la mayoría de sus acepciones son negativas¹⁶, además el detalle de la tipografía utilizada y el uso del color rojo que destaca sobre el resto de la composición hace que llame más la atención a la hora de visualizarlo:

En este espacio habitualmente tan unario, a veces (pero por desgracia, raramente) un “detalle” me atrae. Siento que su sola presencia cambia mi lectura, que miro una nueva foto, marcada a mis ojos con un valor superior. Ese detalle es el *punctum* (lo que me punza). (Barthes, 1980, p.87)

Este detalle, sin embargo, acompaña a la figura del niño, y no al revés, puesto que la interpretación que nosotros le damos a esta imagen tiene que ver con los recuerdos y las vivencias personales. En concreto, y en un lenguaje metafórico, esos “monstruos” que todos guardamos a lo largo de nuestra vida, es decir, miedos que todos tenemos y hemos ido acumulando a lo largo de nuestro propio camino. Eco relaciona la metáfora y la intención del autor:

Es indudable que entender una metáfora nos lleva también a entender, en un segundo momento, por qué su autor la ha elegido. Pero esto es un efecto que resulta de la interpretación. El mundo interior del autor (como Autor Modelo) es una construcción del acto de interpretación metafórica, no una realidad psicológica (inasible fuera del texto) que motiva la interpretación misma. (Eco, 1992, p. 169)

Pensamos que el artista hace referencia a la infancia, lugar de muchas vivencias que, de alguna manera, nos han marcado para bien o para mal. Por lo que aquí la figura importante sería la del niño, que aparece en una pose defensiva para “luchar” con aquellos “monstruos” que lleva consigo, y relacionado con ello, está la tipografía, que es desigual y parece como si estuviera hecha a mano, como si la hubiese escrito un niño. Además, a esto podemos sumarle la escala de grises con la que está elaborada la composición; recurso que se suele utilizar para evocar el pasado, puesto que antes las imágenes eran en

¹⁶ No todas, ya que también se utiliza como sinónimo de prodigio o ser especial, con cualidades acentuadas.

blanco y negro. Por todo ello, diríamos que el autor ha querido representar la lucha continua contra sus miedos personales que tienen su origen desde un periodo temprano de su vida.

Esta carátula, además de causar placer visual en el espectador, también tiene una función de identificación, pues habla de vivencias que todos podemos compartir, lo que la hace más interesante. Además de admirar a la figura del artista, el espectador encontrará parecidos con él, produciéndole una sensación de cercanía y cierta “humanidad”, la cual no se suele atribuir a este tipo de personajes, a los cuales se tiende a divinizar.

4.3.2. Gráfica Promocional



Figura 7. Gráfica Leiva *Monstruos* (2016)

La gráfica con la que se anunciaron los conciertos del disco *Monstruos* tiene ciertas similitudes estéticas con la carátula anteriormente comentada, ya que toda la imagen está confeccionada en escala de grises, es decir, en blanco y negro. Excepto el nombre del

álbum, con la misma tipografía y color que en la carátula, dando peso a la parte media de la gráfica debido al contraste. La información relativa al concierto (día, hora, lugar, patrocinadores, etc.) se ha ubicado, como en casos anteriores, en la parte inferior, sobre un fondo blanco que contrasta con la fotografía del artista, aunque ahora la información está más ordenada. Su tamaño está condicionado jerárquicamente por su importancia.

La fotografía muestra a Leiva de perfil, en primer plano, sobre un fondo borroso de estructura cartesiana, con líneas verticales y horizontales que dan equilibrio. Es una fotografía iluminada en clave baja que tiene connotaciones de seriedad, gravedad o tristeza. El hecho de que la estructura se haya mantenido casi igual, nos hace sospechar que el cambio de la figura retratada podría significar un crecimiento, mostrando la carátula al artista de niño y la gráfica al artista ya de adulto, perfectamente identificable. La presencia de la palabra monstruos, con la misma grafía y color, puede interpretarse como algo que todavía sigue ahí, a pesar del tiempo transcurrido: el artista sigue enfrentándose a los mismos monstruos de su infancia. Ahí podría localizarse el *punctum* de la imagen. Lo que punza en el espectador está relacionado con el descubrimiento de unos temores que, además, evocan al mundo de las películas de terror por la tipografía roja, que es el color de la sangre, destacando sobre la grisalla.

4.4. *Nuclear*

Lo mismo de antes Este es el cuarto disco de Leiva, fue lanzado en 2019, está compuesto de doce canciones y se titula *Nuclear*. El artista ha bautizado a sus cuatro primeros discos de larga duración con una sola palabra (*Diciembre, Pólvora, Monstruos, Nuclear*), dando así una cierta unidad a su propuesta estética, que se caracteriza por la simplicidad.

Para su cuarta producción en solitario, Leiva volvió a contar con la ayuda de su productor de confianza, Carlos Raya.

Se trata de un disco tocado en directo, a modo banda, y con una postproducción mínima. Pues este disco tiene un claro concepto de minimalismo y simplicidad en todas sus manifestaciones, tanto visuales como de sonido. Dichas cualidades aparecen en todos los discos que el cantante ha producido hasta ahora, pero en *Nuclear* estas cualidades se han visto acrecentadas.

4.4.1. Carátula Discográfica

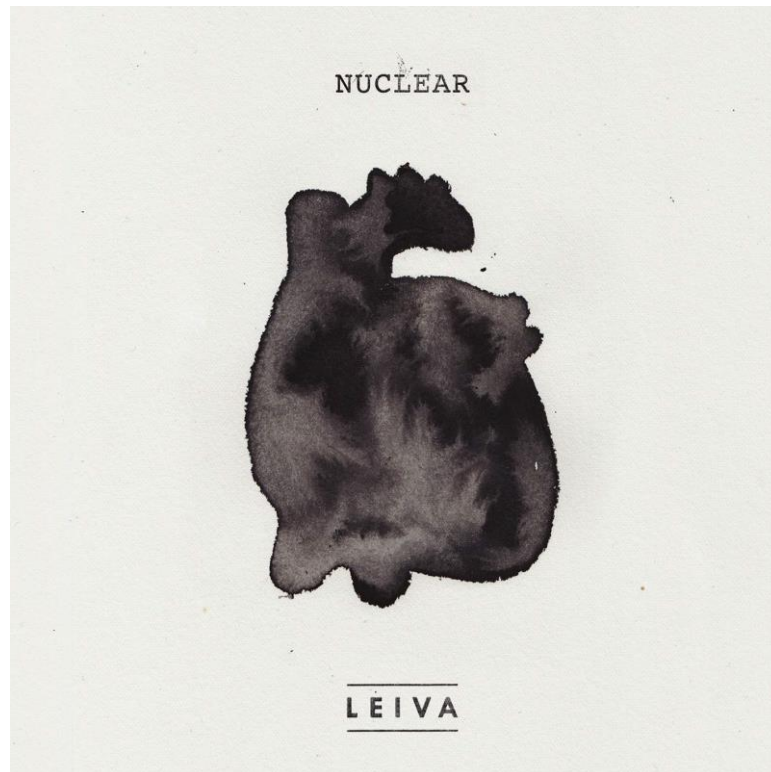


Figura 8. Carátula Leiva *Nuclear* (2019)

A simple vista se trata de una carátula sencilla, compuesta por la figura negra de lo que parece ser el órgano de un corazón sobre fondo blanco. En la parte superior se encuentra el nombre del álbum, escrito en una tipografía que se asemeja a la de las antiguas máquinas de escribir, y, en la inferior, donde siempre, nombre del artista, que parece operar ya como logotipo. Sin embargo, lo que importa de esta carátula no es tanto la imagen final, que es la que estamos viendo, como el proceso de su composición. Como hemos indicado anteriormente, este disco se compone de doce canciones, y es que mediante distintas manchas de tinta (en concreto doce, una por cada canción) se ha compuesto esta sección transversal del corazón, que reproduce la ecografía del corazón del propio Leiva.



Figura 9. Carátulas Leiva *Nuclear* (2019)

A estas doce composiciones se le suma la carátula oficial del disco, que corresponde al número trece y final. Como podemos observar, se trata de un proceso secuencial que termina en el dibujo definitivo, en la carátula discográfica como tal. Esta carátula también la podemos visualizar en su *formato especial*: edición especial y limitada para coleccionistas.



Figura 10. Carátula Leiva, Edición Especial *Nuclear* (2019)

Destacamos la edición especial en este análisis porque creemos que es de importancia para las posibles connotaciones que pueden tener esta superposición de capas, y que posteriormente comentaremos.

Volviendo a la sección de las doce imágenes, como podemos apreciar se trata de una secuencia que se puede leer de izquierda a derecha, como si fuera una historia. “La secuencia en la que se aprehenden las partes de la composición está prescrita por la obra misma” (Arnheim, 1954, p. 381). Del paso de una a otra imagen las manchas cambian de manera muy sutil y gradual en tamaño y forma, produciendo así un efecto estroboscópico, ya que, a diferencia de un efecto dinámico como tal, en el que se percibe el movimiento de la composición, en este caso se trata del equivalente inmóvil del movimiento. Pues las manchas difieren unas de otras en tamaño y forma, produciendo así un efecto dinámico que sugiere movimiento a partir de un cambio gradual de las formas.

Los efectos dinámicos fuertes son producto de lo que podríamos llamar equivalente inmóvil del movimiento estroboscópico. Este movimiento se produce entre objetos visuales que son esencialmente iguales en cuanto a aspecto y función dentro del campo total, pero difieren en algún rasgo perceptual, por ejemplo, en su ubicación, tamaño o forma. En condiciones propicias, esta clase de constelaciones produce un efecto dinámico también en simultaneidad, siendo el ejemplo más obvio de esto el de las fotografías estroboscópicas, que muestran el mismo objeto en ubicaciones diversas dentro de la misma imagen o serie de imágenes (Arnheim, 1954, p. 439)

Se trata de una composición simple y equilibrada, a la que se le puede aplicar el principio de economía, pues todo ello facilita su comprensión, ya que, a pesar de que la figura no tiene los detalles propios de la disección de un corazón realista y natural, el público sabe distinguir perfectamente lo que se ha representado por medio de esa sucesión de imágenes. Es la representación de un corazón realizada de una manera esquemática, reduciendo sus detalles a los aspectos esenciales, de los que, en definitiva, depende la *Gestalt*, la buena forma que permite distinguir y reconocer.

El significado que nosotros damos a esta imagen tiene que ver con su nombre y su representación. Lo primero que sugiere la palabra *nuclear* es algo relativo a situaciones de *desastre o devastación*. Sin embargo, la interpretación que nosotros damos va más ligada a la etimología de la palabra *nuclear*, que viene de núcleo, que es la parte interna o central de un objeto material. Y la superposición de capas (mediante la inmersión de capas cada vez más profundas en la edición especial del disco) que, desglosadas una a una, nos lleva al origen, al núcleo.

En este caso, y mediante el motivo iconográfico del corazón, podríamos interpretar que se trata de llegar al origen o núcleo de las emociones. Por lo que podemos apuntar que las posibles significaciones de esta carátula no se podrían dar sin contar con las imágenes restantes, con la secuencia, pues es esta secuencia la que aporta significación. Es decir, una imagen por sí sola no se entiende sin las restantes. Si hiciéramos este análisis solamente con una imagen de la secuencia, se perdería la narrativa y el concepto de esta carátula, y se vería reducida a una *imagen unaria*¹⁷. De todas maneras, la palabra *Nuclear* admite diferentes significados, es polisémica y no debe descartarse su alusión a aquella explosión que veíamos implícita, o sugerida, por la palabra *Pólvora*, elegida para titular

¹⁷ “La fotografía es unaria cuando transforma enfáticamente la realidad sin desdoblarse, sin hacerla vacilar (el énfasis es una fuerza de cohesión): ningún dual, ningún directo, ninguna disturbancia” (Barthes, 1980, p. 85).

el segundo disco de larga duración. Ambas tienen una considerable carga semántica que el artista ha sabido aprovechar, llevando su propuesta a un plano conceptual. Sería necesario, asimismo, destacar que el corazón representado en el centro de la carátula –centro geométrico y dinámico al mismo tiempo– tiene el aspecto de una víscera carbonizada, ya que se ha realizado en una gama de grises que no se corresponden con la realidad del órgano vivo, sobre un vacío indeterminado que hace las veces de fondo para su figura. El diseño sugiere que lo esencial es un corazón chamuscado, que centra la mirada del espectador.

La imagen está realizada para el goce del espectador, pues ese toque diferenciador que le ha dado el artista a su obra, desde una perspectiva del marketing o de la publicidad, puede hacer que aquel comprador dudoso se decida a hacerlo, pues, al fin y al cabo, la originalidad de la obra y el valor añadido podrían aumentar las ventas. Las pequeñas diferencias pueden hacer a un producto más deseable que otros, aunque se parezcan.

4.4.2. Gráfica Promocional



Figura 11. Gráfica Leiva *Nuclear* (2019)

Como en toda la sucesión de carteles que hemos visto hasta ahora, a pesar de que en algunas ocasiones algunos contengan guiños al disco que promocionan, en general aparece la figura del artista y la información del concierto. En este caso, se ha cambiado la colocación de los elementos, pues mientras que en otros solía aparecer el nombre de Leiva en la parte de arriba del cartel, y el título del álbum abajo, antes del recuadro con toda la información pertinente al concierto (que en este caso vuelve a aparecer también). En esta ocasión se ha optado por colocar el nombre del artista en el centro físico de la composición, y debajo de este, con una tipografía que simula la letra de una máquina de escribir, aparece el nombre del concierto: *Tour Nuclear*. Esta tipografía se utiliza en toda la gráfica, al igual que en la carátula del disco.

En este caso la figura de Leiva aparece en la parte derecha de la composición, apoyada en el marco de lo que parece ser una puerta, y un poco echado hacia atrás, formando así un leve escorzo. Para compensar el desequilibrio que presenta situar a la figura principal en un lateral, se compensa el peso de esta figura situando a la izquierda peso mediante distintos objetos que se encuentran al fondo y se deja entrever más el marco de la puerta a la izquierda que a la derecha. El elemento que más peso infiere en la composición es el nombre del artista, por tamaño y grosor de la letra, lo que hace que sea identificado de manera rápida por el público que lo visualiza.

Para nosotros en esta imagen no existe *punctum*, por lo que estaríamos ante una *imagen unaria*. Donde encontramos la figura de Leiva, este se encuentra en lo que parece ser una antigua barbería. El artista lleva una vestimenta diferente a sus anteriores producciones, pues ha pasado de vestir con colores oscuros en sus anteriores composiciones, a usar colores claros y vivos, aunque el detalle del sombrero negro no ha cambiado. Transmite una imagen mucho más plácida que en sus anteriores graficas publicitarias, además de seguridad y bienestar. No sabemos si este cambio tiene que ver con su nuevo disco, sin embargo, lo que sí podemos decir que tiene un componente de seducción, que produce placer en el receptor del mensaje, debido a la admiración que siente por el artista.

Por tanto, creemos que lo principal de este cartel es la imagen de Leiva, pues es el que genera el impacto visual, y atrae las miradas de aquellos que visualizan la gráfica, para que posteriormente esas miradas se dirijan a la información del cartel, si es que el receptor está interesado en ella. Por ello, pese a que la imagen analizada tiene cierto carácter

informativo, esta fundamentalmente genera sentimientos por la seducción y el sentimiento de identificación del receptor con el artista y su obra.

4.5. *Madrid Nuclear*

Madrid Nuclear es un disco grabado en directo que reproduce la actuación de su último concierto antes de la pandemia generada por Covid-19. Se trata de una grabación en el WiZink Center de Madrid, dentro de la gira *Tour Nuclear*, que ha dejado registrado el sonido del artista y el ambiente del concierto, donde la relación artista-público es palpable y primordial.

4.5.1. Carátula discográfica



Figura 12. Carátula Leiva *Madrid Nuclear* (2019)

La carátula podría ser vista como una composición similar a la de su anterior disco, pues, aunque no forma parte de la secuencia anteriormente comentada, incluye algunos motivos iconográficos similares: las manchas, la tipografía y el color de la composición,

exceptuando las tres líneas rojas que atraviesan horizontalmente la imagen por la zona media. En el centro, aparecen cuatro manchas de tinta negra que evocan a *Nuclear* y han sido colocadas por encima de las tres líneas rojas, cuya presencia acapara todo el peso visual, tanto por el color rojo intenso, como por su repetición sobre el eje horizontal central. En este caso, la función de las manchas negras es transportar a sus espectadores a su anterior disco, de tal manera que el artista está jugando con la cultura y el conocimiento de un lenguaje visual compartido, que se mueve dentro de una cultura concreta. Pues si esta carátula no es visualizada por un seguidor de Leiva, este no percibirá las mismas connotaciones que alguien que sí lo es y conoce su obra.

Respecto a las líneas rojas podemos apreciar que contrastan con el negro de las manchas. Las connotaciones psicológicas que tienen estos dos colores unidos están ligadas al peligro y a lo prohibido. Es por ello que, tanto en juegos como el fútbol o en señalizaciones de la vía, como puede ser un semáforo, se utiliza el rojo para informar de que algo está realizándose mal o está prohibido. En el caso del fútbol mediante tarjeta roja y en el caso de la vía mediante un semáforo rojo, color que, dentro del semáforo, contrasta con el fondo negro del propio semáforo e indica la prohibición de cruzar o continuar circulando.

Sin embargo, en este caso creemos que la significación psicológica de la conjunción de ambos colores no tiene validez, pues no tendría sentido aplicarla en este caso. Nos inclinamos más a pensar que se ha querido conservar el color original de las manchas para evocar el recuerdo de la anterior carátula de una manera efectiva. Y pensamos que el rojo se ha utilizado por la simbología que tiene con Madrid, ya que la bandera de la Comunidad de Madrid es roja, y el título de este álbum es *Madrid Nuclear*. Por último queremos comentar que respecto a las tres rayas que aparecen, no hemos encontrado ninguna referencia en el disco que pueda sugerir algo relacionado con el número tres, por lo que creemos que se trata de un rasgo propiamente estético para introducir el color rojo. Ya que las tres rayas del mismo grosor, situadas a la misma distancia unas de otras genera un mayor equilibrio que si fueran una o dos, porque además enmarcan las distintas manchas negras que evocan la figura del corazón del disco *Nuclear*

4.5.2. Gráfica Promocional

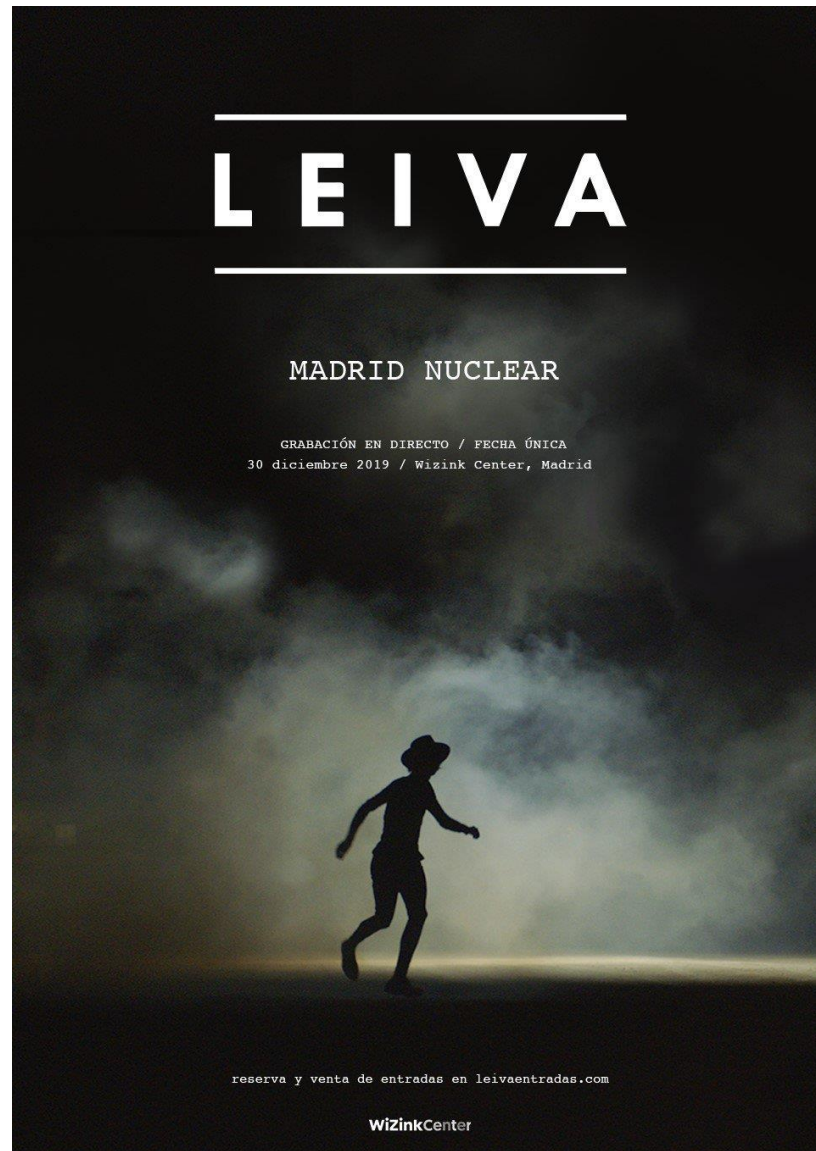


Figura 13. Gráfica Leiva *Madrid Nuclear* (2019)

El cartel realizado para promocionar *Madrid Nuclear* (concierto realizado el 30 de diciembre de 2019 en el Wizink Center de Madrid) presenta algunas novedades con respecto a las gráficas anteriores e introduce un elemento de mayor fantasía, pues reproduce la silueta en contraluz del artista en el centro de una atmósfera tenebrosa, con densos nubarrones que sugieren tormenta o incluso los efectos de una explosión nuclear. Las tonalidades oscuras tienen mayor protagonismo que las tonalidades claras y la silueta del personaje parece inspirada en algún comic. Reproduce el instante de un movimiento que ha sido congelado, fijado por la toma fotográfica, y muestra una curiosa relación de

figura-fondo: la figura como objeto o forma reconocible y el fondo como un espacio que se abre en todas direcciones, cuyos límites vienen determinados exclusivamente por las aristas del encuadre. La figura como un pequeño elemento que parece envuelto o amenazado por el fondo que lo rodea. Es una estética de resonancias románticas. Aunque tenga el aspecto de una sombra, no es difícil distinguir a la figura de Leiva por sus rasgos físicos y el característico sombrero. También parece ubicarse, echándole imaginación, en un escenario iluminado, con una nube de vapor propia de los conciertos, que no deja ver quién se oculta tras ella, como si fuera a comenzar su actuación, completamente solo en el centro de la escena.

El nombre del cantante ha sido colocado en la parte superior, ejerciendo el mayor peso de la composición, tanto por tamaño, como por grosor y lugar: “Visualmente, un objeto de determinado tamaño, forma o color llevará más peso cuando se lo sitúe más arriba” (Arnheim, 1954, p. 44). Por debajo, siguiendo el recorrido habitual de lectura, se encuentra el nombre del evento, con una letra más pequeña y de menor grosor. Y más debajo todavía, a menor tamaño, se encuentra la información del concierto. En la parte inferior se han incluido indicaciones precisas sobre cómo adquirir las entradas del evento y el logotipo del colaborador/patrocinador: Wizink Center.

El *punctum* de esta imagen lo encontramos en la sensación de amenaza que esta desprende, pues el artista aparece a tamaño reducido, lo que le hace parecer vulnerable y amenazado por esa gigantesca humareda que lo envuelve, y que parece dispuesta a tragárselo mientras sale del *backstage*¹⁸ y se aproxima al escenario para enfrentarse, él solo, ante el peligro de su actuación. Esta perspectiva sitúa la mirada del espectador de la gráfica como si se encontrase entre bambalinas, situándole de alguna manera dentro del mundo del artista, y por ende de su núcleo. Consiguiendo así una connotación menos aparente en la que se hace referencia a ese interior, al núcleo, a *Nuclear*, y en concreto, a *Madrid Nuclear*.

¹⁸ Anglicismo que hace referencia a expresiones como: entre bambalinas, los camerinos, entre bastidores, trascenio etc.

4.6. *Cuando te muerdes el labio*

Cuando te muerdes el labio es el quinto y último disco de Leiva hasta día de hoy. Se trata de un disco grabado en Latinoamérica, compuesto por catorce canciones en las que catorce mujeres artistas de Colombia, México, Guatemala, Argentina y España participan con su voz, cada una en una canción distinta. La temática general del disco es el desamor, pues todas las canciones hablan de una relación amorosa que se rompe poco a poco.

El diseño de la producción física ha sido realizado por los diseñadores de Boa Mistura, como también realizaron el diseño de la producción de *Nuclear*. Su diseño se ha extendido tanto para el formato digital, el formato acordeón (formato simple que incluye dentro una guía en forma de acordeón con todas las canciones), el formato vinilo y el formato especial. Este último es una edición coleccionista formato porcelana.

4.6.1. Carátula Principal



Figura 14. Carátula Leiva *Cuando te muerdes el labio* (2021)

A nivel compositivo, la imagen se percibe como un todo uniforme, en el que el centro dinámico o *centro visual* (punto que mayor peso ejerce dentro de una composición y depende de factores como el color, la forma, el espacio y el valor intrínseco del motivo iconográfico) coincide con el *centro físico o geométrico* (punto medio de la composición), que son las figuras de los dos lobos situados frente a frente. Sabemos que se trata del centro de la composición porque el peso de esta recae sobre los dos lobos, principalmente debido a su *ubicación*¹⁹, pues están situados en el centro físico, y su *tamaño*²⁰, que también afecta al peso. Ambos lobos aparecen aullando a unos labios, de los cuales caen una serie de lo que parecen ser lágrimas, que separan a ambos lobos mediante una línea vertical. A cada lado de este labio aparecen dos lunas que dejan caer otra lágrima. Todo ello aparece delimitado por un marco floral y tribal que deja distintos espacios en los que aparecen escritos el nombre del cantante (*Leiva*) en la parte superior y del título del disco (*Cuando te muerdes el labio*) en la parte inferior. La tipografía utilizada para el título es de estilo decorativo; su trazo pretende acompañar a la composición, y parece como si fuese una tipografía esculpida de manera rudimentaria, pues es desigual e irregular. La composición es completamente simétrica y está equilibrada y *nivelada*²¹ sobre el eje central.

Ambas tendencias, la que se orienta a “nivelar” y la que se orienta a “agudizar”, son aplicaciones de una sola de más alto rango, a saber, la tendencia a que la estructura perceptual sea lo más definida posible. Los psicólogos de la Gestalt la han llamado “ley de la *prägnanz*” (Arnheim, 1954, p. 81)

Esta carátula se rige por el *principio de parsimonia*²² pues esta se caracteriza por el esquematismo y la simplicidad, tanto en las figuras como en los colores, de los cuales

¹⁹ “una posición fuerte puede soportar más peso que otra que esté descentrada o alejada de la verticalidad u horizontalidad.” (Arnheim, 1954, p. 38).

²⁰ El peso también depende del tamaño. A igualdad que otros factores, el objeto mayor, será el más pesado (Arnheim, 1954, p. 39).

²¹ La nivelación se caracteriza por procedimientos tales como la unificación, la acentuación de la simetría, la reducción de rasgos estructurales, la repetición, el abandono del detalle discordante, la eliminación de la oblicuidad. (Arnheim, 1954, p. 81).

²² “el principio de parsimonia adoptado por los científicos exige que, siempre que varias hipótesis den cuenta de los hechos se tome la más sencilla. La hipótesis escogida debe permitir al científico explicar todos los aspectos del fenómeno que se está investigando con un número mínimo de supuestos, y si fuera posible debería explicar no solo un particular conjunto de cosas o acontecimientos, sino toda la gama de fenómenos incluidos en la misma categoría. El principio de parsimonia es estéticamente válido, en cuanto que el artista no debe ir más allá de lo que sea preciso para sus propósitos.” (Arnheim, 1954, p. 74).

solo utiliza dos: el azul y el blanco. La imagen cuenta con una profunda función estética, pues llama la atención del observador por su característico diseño, que genera sensaciones placenteras²³.

La carátula cuenta con la representación de diversos símbolos e intenta transmitir un mensaje basado en un lenguaje propio que se debe descifrar. En este caso, este lenguaje está representado por cuatro objetos simbólicos: los lobos, el labio, la luna y las lágrimas. En esta simbología también tiene un papel fundamental el color escogido, el azul. El estilo del dibujo y la tipografía tiene que ver con la vinculación de este disco con Latinoamérica, pues además de que fue grabado allí, muchas de las artistas que participan en él son latinoamericanas. Visualmente está ligado a la iconografía maya/azteca, aunque este rasgo se aprecie todavía mejor en el formato acordeón o en las miniaturas digitales que se han realizado para los videoclips. En ellas, aunque no proceden a este análisis, aparecen símbolos de la cultura maya y azteca como el quetzal, la serpiente, distintas máscaras y elementos como la luna, el sol o el fuego.



Figura 15. Formato acordeón *Cuando te muerdes el labio* (2021)

*Simbología precolombina en la producción gráfica formato acordeón del disco
“Cuando te muerdes el labio”*

²³ “Los sucesos mentales son activados por una tensión desagradable, y siguen su curso conducente a la reducción de esa tensión” (Arnheim, 1954, pp. 50-51). Si aplicamos esto a la imagen, cabría decir que el observador encontrará sensaciones placenteras al ver reducida esa tensión y conseguir equilibrio. “Según el principio de economía Freudiano, el hombre trata constantemente de gastar la menos cantidad de energía posible. El hombre es perezoso por naturaleza” (Arnheim, 1954, p. 51).

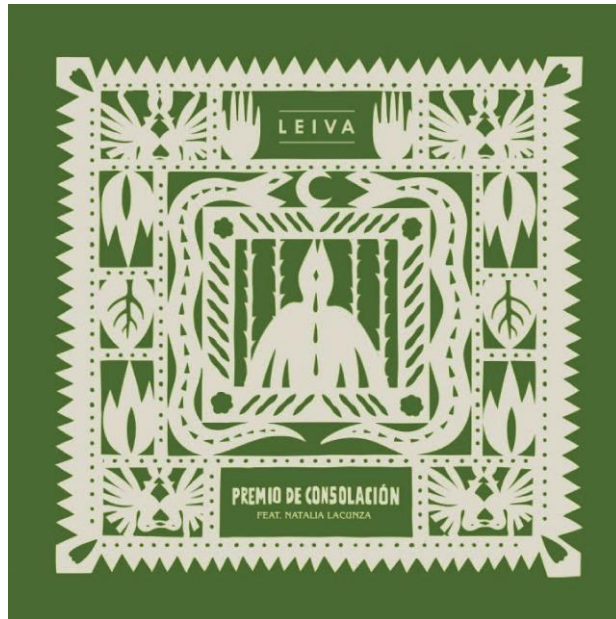


Figura 16. Carátula Digital Leiva *Premio consolación* (2021)

Simbología precolombina en la producción digital del disco “Cuando te muerdes el labio”

Llaman la atención los dos lobos que aparecen en la composición y representan la temática general del disco: la degradación de una relación amorosa. No es casualidad que aparezcan dos lobos, pues podemos decir que están representando una pareja. La figura del lobo no es una figura especialmente ligada a las civilizaciones precolombinas como la serpiente, el quetzal o incluso el jaguar. Sin embargo, el lobo es un animal que se puede asociar a Leiva, puesto que, en su anterior disco *Nuclear*, tiene una canción llamada *Lobos*, en la que habla de una ruptura; en el caso de esa canción se trata de una ruptura en el ámbito de la amistad. Es por ello que se ha utilizado la figura de unos lobos, figura que el público puede vincular con el cantante.

Además, estos lobos no aparecen en un contexto de tranquilidad, sino aullando. Podemos interpretar que aullando por la tristeza de la pérdida o malestar de la pareja que esta obra quiere transmitir. En cada canción aparecen dos personas cantando (Leiva y una artista), por lo que también tiene sentido que aparezcan dos lobos en lugar de uno. Como podemos apreciar, esta simbología se comparte dentro de una cultura que tiene que ver con el fenómeno fan, que simpatiza con la figura de Leiva y conoce sus anteriores canciones, por lo que seguimos en la fase de *studium*.

Reconocer el *studium* supone dar fatalmente con las intenciones del fotógrafo, entrar en armonía con ellas, aprobarlas, desaprobarlas, pero siempre comprenderlas, discutir las en

sí mismo, pues la cultura (de la que depende el *studium*) es un contrato firmado entre creadores y consumidores. (Barthes, 1980, p. 66-67)

Sin embargo, existen diversos elementos en la composición que nos pueden provocar sentimientos más agudos, entrando así en el terreno del *punctum*. En nuestro caso, ese *punctum* son los lobos, que transmiten una sensación de angustia y malestar. También el símbolo de las lágrimas que caen trazando una línea vertical, que a su vez separa a ambos lobos y encaja perfectamente con la temática del disco: una ruptura amorosa.

Las dos lunas pueden tener diversas interpretaciones. La más simple y lógica sería pensar que son un complemento recurrente para la figura del lobo, porque el lobo aúlla a la luna. Sin embargo, estos lobos parecen mirar más a la figura del labio que a la luna. Otra interpretación es considerar a la luna como símbolo de feminidad; ya que, en muchas culturas, incluida la azteca y la maya, se ha considerado a la luna como un elemento femenino. Pues, desde épocas precolombinas, la luna se ha asociado a la diosa Ixchel patrona de la fertilidad. Y en este caso tendría sentido debido a que en el disco participan 14 voces femeninas junto con Leiva, además de que el símbolo de la luna aparece en las miniaturas digitales de otras canciones del disco en las que no aparecen lobos. Por tanto, aunque en la imagen que estamos analizando es un símbolo recurrente, puede que su significado sea algo más trascendental que un mero acompañamiento del aullido del lobo.



Figura 17. Carátula Digital Leiva “*Peligrosamente Dark*” (2021)



Figura 18. Carátula Digital Leiva “*Llegará*” (2021)

Aparición del símbolo de la luna en otras producciones del disco de “Cuando te muerdes el labio”

Por último tenemos el elemento del labio, el cual tiene sentido que aparezca, porque hace referencia a la temática de la tristeza, y es que justamente en la canción número 11 del álbum, que tiene el mismo título que el álbum, tiene una parte que dice así: “Ojalá no te muerdas el labio, como cuando te rompes y no quieres llorar” (Leiva, 2021, 0:18-0:25), dejando claro así que morderse el labio es símbolo de reprimir el llanto, un llanto que es producido por la tristeza. Lo que ha tratado de representar la composición es la tristeza de la pérdida o degradación de una relación amorosa cuyo final se acerca. Para ello se han utilizado una serie de elementos connotados y un lenguaje propio basado en una cultura determinada en torno a la figura y obra del cantante.

También habría que añadir la significación simbólica del color escogido, el azul. A pesar de que, en la actualidad, debido a los roles de género es un color que se ha asociado al hombre, históricamente es un color que se ha asociado a lo femenino. Pues el azul simbólicamente está relacionado con el agua, que también es un atributo de la feminidad. Además, hay diversos nombres de niñas relacionados con este color: Azul, Celeste etc. El azul también ha tenido su importancia en la feminidad religiosa, pues el manto de la Virgen María suele representarse en las pinturas en color azul. Se trata de un color frío, vinculado con los sentimientos. También se traduce como el color de la distancia, de la añoranza, incluso del engaño, pues en Alemania a las historietas que no eran verdad se les llamaba “fábulas azules”. Por todo ello el azul en esta carátula es el color ideal, pues simboliza la feminidad implícita en la obra, y multitud de sentimientos que aparecen en la misma.

Por último, destacamos que la imagen anteriormente analizada es una imagen connotada, pues mediante los distintos símbolos ya comentados, intenta expresar emociones y sentimientos (tristeza, añoranza etc.), con los que se busca que el espectador y oyente se sienta identificado con las letras de las canciones y compre el disco.

4.6.2. Gráfica Promocional



Figura 19. Gráfica Leiva Madrid “Cuando te muerdes el labio” (2021)



Figura 20. Gráfica Leiva Sevilla “Cuando te muerdes el labio” (2021)

Volvemos a encontrarnos ante un cartel promocional integrado por una fotografía del artista y una serie de signos lingüísticos que desempeñan una función informativa: ofrecer los datos de los conciertos de la gira de presentación de *Cuando te muerdes el labio*.

En el centro de la imagen tenemos al artista posando para el fotógrafo y, a su alrededor, se distribuyen diferentes textos, escritos en color blanco. El elemento central es su rostro colocado de perfil, que es lo que mayor peso visual tiene. Aunque sean muy importantes para la economía interna de la composición y la función comunicativa del cartel, los textos escritos son secundarios y no mantienen el mismo tiempo de contemplación que la foto. Es una composición clara, equilibrada y simétrica que facilita la percepción y la hace legible.

Se ha tenido en cuenta la compensación de pesos a la hora de organizar la información, situando en la parte central superior la ciudad donde se realizará el concierto y la información del día y el lugar a cada lado de dicha ciudad. También podemos ver cierta compensación visual en los detalles de los dibujos de lo que parecen ser estrellas, que son completamente simétricas, y hacen que el peso de la composición no esté descompensado.

Ambos carteles siguen el mismo *layout*, puesto que la información de ambos está igual organizada.

La principal figura de la composición es el artista, el cual aparece con su cuerpo de frente, con el rostro de perfil, en un plano medio abierto, pues no llega a ser plano americano. La figura es el punto nodal de la composición puesto, que las fuerzas perceptuales emergen de él, es el punto de la composición que más peso infiere. Este peso se acentúa además gracias al degradado radial del fondo, en el que sitúa el color blanco en el centro aportando luz y mayor peso, pues “los colores claros son más pesados que los oscuros” (Arnheim, 1954, p. 39). Este degradado termina en una gradación tonal azulada, que va en consonancia con la carátula del disco, también azul. Aquí el color azul no tiene tanto peso simbólico como en el caso anterior, pero sirve para dar continuidad y unidad plástica a la imagen. No hace falta repetir que las palabras utilizadas sirven para comunicar lo relativo a los conciertos y que desempeñan una función instrumental, aunque en este caso se aprecia una voluntad decorativa que no era tan clara en los casos anteriores. Así lo demuestra la forma circular de las palabras *Madrid* y *Sevilla*.

Si recordamos la definición propuesta por Barthes en la página 65 de su ensayo (“ese azar que en ella me despunta (pero que también me lastima, me punza)”, podría decirse que Leiva aparece aquí en el lugar del *punctum*, como aquello que es capaz de causar una emoción más personal en el espectador y fan del artista. Su presencia puede resultar conmovedora y estimular el deseo, sentimientos más o menos profundos.

Aun así, se trata de una fotografía muy retocada, donde los colores han sido tratados para acusar efectos de saturación y subrayar la atmósfera pictórica. El fondo está completamente vacío, no designa un lugar reconocido y lo más probable es que se haya realizado en un estudio, lo cual indica que se trata de una composición organizada para buscar el efecto de la pose, que, en opinión de Barthes, era un rasgo característico de la fotografía. El vacío del fondo hace que nos fijemos todavía más en la figura de Leiva, según la conocida oposición entre figura-fondo descrita por los teóricos de la Gestalt.

4.7. Merchandising

A continuación, analizaremos algunas piezas del merchandising oficial de Leiva, en concreto, algunas piezas de sus últimos dos discos, ya que son los que tienen una mayor carga simbólica, y así lo ha reflejado el artista creando merchandising de estos discos. El resto de su discografía no tiene un merchandising específico y el restante es genérico y ligado más a la figura de Leiva que a un disco en concreto.

El primero de ellos es una colección de parches termoadhesivos, pensados para colocar en prendas de ropa. Se trata de una colección de siete parches con distinta simbología referente a las canciones del disco *Nuclear*, en concreto a siete canciones del disco: *No te preocupes por mí*, *Lobos*, *El gigante Big Fish*, *En el espacio*, *Superpoderes*, *A ti te ocurre algo* y *Como si fueras a morir mañana*.

Todos los parches tienen en común que aparece el nombre del disco y un símbolo referente a la canción en concreto. Dichos símbolos forman parte de un lenguaje compartido dentro de una cultura, por tanto, si una persona no conoce las canciones, el significado y la trascendencia de esos símbolos serán irrelevantes para su conocimiento.



Figura 21. Merchandising Leiva *Nuclear* (2019)

El parche *No te preocupes por mí*, se trata de un parche rojo, en el que aparece el nombre de la canción en la parte de arriba y el nombre del disco en la de abajo. En la parte central de la composición aparece lo que parece ser el símbolo de una rosa blanca. Este color simboliza la pureza, en este caso en conjunto con la rosa, simboliza un amor puro. La canción trata de unos sentimientos que se están reprimiendo, y en el videoclip de la canción estos se representan con unas rosas que se encuentran en la cavidad torácica, en la zona donde se sitúa el corazón (minuto 2:33). De alguna manera, representa un amor puro, que aunque se reprime de manera externa, por dentro de la persona que los siente, están floreciendo.

El siguiente parche es el parche *Lobos*, en este caso encontramos el mismo layout que en el anterior parche (primeramente aparece el nombre de la canción, aunque en este caso aparece repetido tres veces; posteriormente encontramos, en el centro físico de la composición, la simbología representada, y, para finalizar, nos encontramos con el logotipo de Leiva y el título del álbum al que hacen referencia estos parches: *Nuclear*) la representación que en él aparece no tiene un sentido poético o abstracto, sino que tiene un sentido literal al título de la canción, pues en el parche aparece un lobo aullando. En la canción los lobos simbolizan la hermandad, pues el lobo es un animal que siempre va en manada, esta canción habla de una traición de una persona hacia esa manada.

El parche *El gigante Big Fish*, contiene la misma estructura compositiva que los anteriores en cuanto a la colocación de elementos (aparece el título de la canción en la parte de arriba, en el centro físico de la composición aparece el símbolo representado, y al final aparece el logotipo del artista y el título del disco), sin embargo, a diferencia de los anteriores parches, todo ello aparece enmarcado en un óvalo, que se une a los propios límites del parche, el cual, en su totalidad tiene forma de rectángulo, como los anteriormente analizados. El símbolo que aparece es la carpa de un circo, pues hace referencia a la película dirigida por Tim Burton²⁴, la cual trata de un hombre que cuenta distintas historias de su vida. En una de ellas aparece un gigante incomprensible que viajará con este hombre a un circo. La película y la simbología de la carpa del circo es la referencia que tomó Leiva para representar la historia que cuenta la canción, que no es en realidad la de la película *Big Fish*, pues la canción cuenta una historia vivida por una

²⁴ *Tim Burton*: Director de cine y productor estadounidense.

amiga de Leiva con el actor Matthew McGrory²⁵, actor que interpreta al gigante de esa película. La amiga de Leiva se enviaba cartas con este actor cuando ambos eran pequeños y él todavía no era actor, como actividad extra del instituto para perfeccionar idiomas. Llegó un momento en que la amiga le mandó en una de sus cartas al actor una foto suya (pues en esa época no había Internet) y, a partir de entonces, el actor dejó de contestar a las cartas. Años más tarde, en 2005, ella leyó en un periódico que este actor había muerto a los 32 años y que sufría de gigantismo, y su nombre la resultaba familiar. Hasta que por fin comprendió quién era ese actor y por qué dejó de responder a sus cartas tras pedirle una foto de él para ver cómo era, porque tenía gigantismo y le acomplejaba. Es por ello por lo que aparece una carpa de circo en el parche, porque hace referencia a la película donde aparece este actor, además de ser una buena referencia sobre los complejos, pues durante muchos años en estos circos se exponía a personas que sufrían enfermedades o malformaciones en estos lugares y la gente pagaba por verlo. Este enfoque interpretativo ha sido explicado por Leiva, por lo que nos encontraríamos ante el testimonio de lo Eco denomina la intención del autor, aunque en este caso también coincidiría con la intención de la obra.

Con el parche *En el espacio*, continuamos con la misma estructura compositiva que los parches de *No te preocupes por mi* y *Lobos*, en este caso aparece una nave espacial en el espacio, dónde además aparecen distintos elementos como planetas y estrellas. La nave es la que marca la dirección de la composición debido a su forma, ya que gracias a su base más ancha y a su parte de arriba más apuntada, se contrarrestan los pesos descendentes. Esta imagen tiene un sentido poético en su representación, pues aparece una nave espacial en el espacio, algo que a primera vista no resulta para nada raro, ya que se trata de un elemento que nuestra mente relaciona rápidamente con el espacio. Sin embargo este elemento tiene relación con el estribillo de la canción “Eres lo único que veo entre la niebla, lo único que vale la pena, eres lo único que tengo que hacer, lo único que queda” (Leiva, 2019, 1:05-1:26), podríamos por tanto identificar la nave espacial como lo único que se ve en el espacio, que de por sí es un lugar oscuro y frío, un lugar hostil, en el que hay un atisbo de esperanza, que es esa nave, la cual en la canción de Leiva simboliza a una persona, que le proporciona bienestar al cantante cuando todo lo de su alrededor se ha vuelto oscuro.

²⁵ *Matthew McGrory*: Actor estadounidense conocido por su gran altura, que le hizo recibir ofertas para hacer de gigante en el cine.

Parche *Superpoderes*, en este parche la estructura compositiva ha cambiado, pues el símbolo que aparece está enmarcado por un rombo y cada línea del rombo contiene al ras el título del disco *Nuclear*. Dentro del rombo aparece el símbolo de una máscara de superhéroe, cuyo significado tiene sentido literal y relacionado con el título de la canción *Superpoderes*. La canción está dirigida a una mujer, es como una ovación hacia ella, pues dice que tiene súper-poderes, de manera figurada, utilizando una hipérbole para manifestar lo increíble que es esa mujer. Al final del parche encontramos el logotipo de Leiva y el título de la canción. En este parche predominan dos colores: el azul y el naranja, en este caso este último tiene un papel importante en la composición, pues para la religión budista el naranja es el color de la transformación, concepto que puede ir ligado al título de la canción “superpoderes”.

Parche *A ti te ocurre algo*. En él aparece el título de la canción, bordeando la parte superior del símbolo que aparece, se trata del símbolo de una interrogación, que aparece inmediatamente después al título de la canción. De tal manera que el texto no está recto, sino que hace una pequeña curva. Al final de la composición aparece el logotipo de Leiva, y toda la composición aparece enmarcada por un borde, el cual ha sido realizado mediante triángulos azules y blancos. Las esquinas aparecen recubiertas por cuartos de un círculo. En este caso, y de manera casi imperceptible debido a la gran afluencia de elementos, se encuentra el nombre del disco “Nuclear” en la parte baja de este marco, que bordea toda la composición. El símbolo de la interrogación, en nuestra cultura, hace referencia a preguntas, a algo que no se sabe. Y en la frase *A ti te ocurre algo*, existe una convicción del hecho de que a una persona le está pasando algo, pero no se sabe el qué, por lo que existen dudas y preguntas que requieren una respuesta, el deseo de descubrir lo que ocurre. En toda la composición predominan dos colores: el verde y el azul, históricamente se decía que el verde y el azul no armonizaban, esto es debido a que en la edad media, se relacionaba el color verde con la nobleza y el azul con el pueblo, por ello estos colores no se juntaban, puesto que una persona de la nobleza jamás se relacionaría con alguien del pueblo (Heller, 2021, p. 116). Por ello, y desde esta perspectiva, podemos relacionar estos colores y la temática del parche a una representación de la incomodidad, de que algo no va bien, de que está ocurriendo algo con connotaciones negativas, aunque no se sepa realmente de qué se trata.

Parche *Como si fueras a morir mañana*. En él aparece el título de la canción, el símbolo de una calavera y el logotipo de Leiva. Este símbolo, en la mayoría de culturas, hace

referencia a la muerte, a algo peligroso o incluso tóxico, que puede tener graves repercusiones en la salud. Es por eso que, además, esta calavera está representada con el color amarillo. Pues el amarillo, entre otras muchas significaciones que se le ha dado, actúa como el color de la advertencia, debido a que es un color reluciente, que capta la atención visual rápidamente. Es por eso que se usa como señal de advertencia sobre sustancias tóxicas, explosivas o radioactivas. Podemos ver esto con ejemplos como las tarjetas amarillas en los deportes, que son utilizadas para advertirle de que lo que se está haciendo puede acarrear graves consecuencias. Otro ejemplo de la connotación de advertencia que tiene el amarillo, es que, antiguamente en los barcos, se utilizaba la bandera amarilla para avisar de que se encontraban en una epidemia, por lo que nadie debería abandonar el barco y nadie debería subirse a él. La bandera amarilla también se alzaba en las ciudades medievales para advertir de que había una epidemia de peste. Por lo que en el sentido más literal de la frase es coherente que la muerte en este parche esté representada con una calavera, y que esta aparezca representada con el color amarillo. Aunque la canción en realidad hable de hacer todo lo que a uno le asusta como si nunca más pudiera volver a hacerlo, como si al día siguiente no fuese a estar vivo, haciendo referencia de alguna manera al *carpe diem*²⁶, a vivir el momento.

Por último, hablaremos de una pieza del *merchandising* relacionada con el último disco de Leiva: *Cuando te muerdes el labio*.



Figura 22. Merchandising Leiva “*Cuando te muerdes el labio*” (2021)

²⁶ Exhortación a aprovechar el presente ante la constancia de la fugacidad del tiempo. (Real academia Española, 2022, definición 1)

En este caso se trata de una púa de guitarra vinculada al último disco de Leiva *Cuando te muerdes el labio*, de tal manera que, además de ser un elemento identificativo del artista y su último disco, tiene relación con la actividad en la que se desenvuelve Leiva, que es la música. Y en concreto la guitarra, tanto acústica como eléctrica. La púa tiene grabada la imagen de los dos lobos que aparecen en la carátula del propio disco, cuya simetría demuestra afinidad e identificación entre ambos. También aparece el título del álbum. En este caso, y como en la carátula, los lobos aullando simbolizan la ruptura de una pareja. En el reverso aparece el logotipo que identifica al artista.

La púa como tal es negra, sin embargo todo lo anteriormente descrito que aparece en ella es de color dorado, el cual se vincula con aspectos como el lujo. Es por ello por lo que se ha utilizado este color para llevar a cabo la representación que aparece en la púa, para connotarla de rasgos como la exclusividad, la calidad y en definitiva, un objeto de merchandising que pueda hacer sentir a la persona que lo ha comprado diferente y con un cierto grado de exclusividad.

5. CONCLUSIONES

Tras el análisis de todas las producciones anteriores, hemos llegado a la conclusión de que el artista ha puesto mucho cuidado en la representación de su imagen pública, mostrando elementos que sugieren diferentes interpretaciones y se desenvuelven entre el arte y la publicidad, es decir, entre la expresión de emociones y sentimientos y las funciones comerciales y promocionales. La creatividad se ha ajustado a los diferentes formatos utilizados, que en el fondo responden a la necesidad de vender un producto que trasciende los límites de lo estrictamente musical. Las carátulas, los carteles y los objetos de *merchadising* reproducen o sugieren un mundo particular, un punto de vista estético que el artista ofrece a sus oyentes y admiradores.

Las gráficas o carteles de los conciertos están pensadas para comunicar y transmitir un mensaje simple y claro, es decir, tienen una función altamente informativa, que suele responder a las preguntas más básicas (qué es lo que se anuncia, quién lo anuncia, dónde y cuándo será el evento, patrocinadores comerciales, etc.). A nivel de creación de conceptos creativos son bastante simples, basándose en la identificación de la imagen del artista por parte del público. En cambio, las carátulas discográficas siempre sugieren un concepto o una idea que refleja un sentimiento, que además suele estar ligado a las canciones del propio disco. Es posible que se deba al hecho de que los carteles están destinados a un público fiel y son efímeros, aunque haya coleccionistas que disfruten conservándolos y admirándolos, mientras que las carátulas representan la esencia del producto, el objeto en sí, y suelen estar más cuidadas y pensadas. Además, pueden hacerse numerosos carteles para diferentes conciertos, mientras que la carátula tiende más a presentarse como un ejemplar único²⁷.

Hemos comprobado que el estilo de esas imágenes ha ido variando con sutileza a lo largo del tiempo, aunque se haya mantenido el gusto por las formas elementales, los esquemas cartesianos y la economía de medios. Se trata de una estética centrada en la imagen del cantante y en los conceptos y experiencias retratadas en sus canciones, que en algunos casos poseen referencias simbólicas muy bien elaboradas, como bien demuestran las últimas producciones. Son imágenes con contenido, que no se limitan

²⁷ Hoy en día, no hay grandes diferencias de diseño entre las carátulas distribuidas en diferentes países, como sí ocurría hace unas décadas.

a seducir visualmente a los posibles compradores. Sugieren interpretaciones y solicitan la participación del espectador. Con ello se intentan adaptar a un público cada vez más exigente y minoritario que compra discos físicos, pues con el auge de las plataformas digitales sus ventas han bajado, de tal manera que Leiva y su equipo han tomado la decisión de hacer su producto más especial para no perder ventas; o al menos para conservar a un público fidelizado.

Las piezas de *merchandising* han sido creadas para un público minoritario que verdaderamente sienta pasión por el artista y su obra. Estas piezas suelen tener elementos simbólicos de las canciones, recreándose así en un lenguaje propio perteneciente a una cultura específica, que se desenvuelve, según hemos visto, en el terreno del *studium*. Aun así, hemos comprobado que también existen elementos punzantes que realzan el valor de sus producciones y hablan de las situaciones y experiencias de la vida, de temores y acontecimientos: pólvora, monstruos, nuclear.

Por tanto, podemos decir que se trata de sucesivas decisiones estratégicas en el ámbito de la publicidad y el marketing, que, mediante una gestión eficaz de los recursos, ayudan a que la marca Leiva consiga sus objetivos y siga manteniéndose en un mercado cada vez más complejo y competitivo.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Acal, I. (2015). *Metodologías para el análisis de la imagen fija en los documentos publicitarios: revisión y aplicaciones*. Core.ac.uk.
<https://core.ac.uk/download/pdf/38822779.pdf>
- Arnheim, R. (1998). *El poder del centro*. Madrid: Alianza.
- Arnheim, R. (1954). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza.
- Los consumidores quieren comprar experiencias, no productos. (2022, abril 16). En Marketing Directo. <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/los-consumidores-quieren-comprar-experiencias-no-productos>
- Barthes, R. (1982). *La cámara lúcida*. Paidós.
- Canga Sosa, M. (2019). *Fundamentos de teoría de la imagen*. Madrid: Síntesis.
- Chacón, G. (2007). *Poetizas mayas: subjetividades contra la corriente*. Cuadernos de Literatura. <https://www.redalyc.org/pdf/4398/439843023008.pdf>
- Leiva arrasa en las listas de ventas con “Cuando te muerdes el labio”, su disco de colaboraciones femeninas (2022, abril 15). En Cadena Cien.
https://www.cadena100.es/musica/noticias/leiva-arrasa-las-listas-ventas-cuando-muerdes-labio-disco-colaboraciones-femeninas-20211214_1676501#:~:text=Mirando%20las%20cifras%20globales%20del,streaming%20en%20las%20plataformas%20digitales
- Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Lumen.
- Escandell, M.V., Marreguero, V., Casado, C., Gutierrez, E. y Ruiz-Va, P. (2009). “*El lenguaje humano*”. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Leonardo Oviedo, G. (2004). *La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt*. Revista de estudios sociales, pp. 89-96.
<https://revistas.uniandes.edu.co/doi/abs/10.7440/res18.2004.08>
- Heller, E. (2021). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Leiva (2022, abril 6). En Leiva. Recuperado de: <https://www.leivaweb.es/>
- López Palacios, I. (2021). *¿Ha llegado el momento de tirar la colección de discos compactos o resucitarán como los vinilos?*. El País. <https://elpais.com/icon/2021-03-19/ha-llegado-el-momento-de-tirar-nuestra-coleccion-de-cds-o-resucitaran-como-los-vinilos.html>

Packaging. Marketing directo-Diccionario de marketing y publicidad. Consultado abril 18, 2022. <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/packaging>

Martínez Cañellas, A. (1979). *Psicología del color*. Ciutat de Mallorca Escola Universitària de Professorat d'EGB. pp. 35–37.
https://almena.uva.es/discovery/openurl?institution=34BUC_UVA&vid=34BUC_UVA:VU1&rft_val_fmt=info:ofi%2Ffmt:kev:mtx:journal&rft.epage=37&rft_id=info:sid%2Fdialnet:articulos&rft.jtitle=Maina&rft.genre=journal&rft.aufirst=A.&rft.aula=st=Mart%C3%ADnez%20Ca%C3%B1ellas&url_ver=Z39.88-2004&rft.date=1979&rft.spage=35&rft.atitle=Psicolog%C3%ADa%20del%20color&rft.title=Maina&rft.issn=0211-2116

Karam, T. (2011). *Introducción a la semiótica de la imagen*. Lecciones del portal. Portal de la Comunicación InCom-UAB. Barcelona.
<http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/103/2013/03/SEMIOTICA-KARAM.pdf>

Kane, J. (2012). *Manual de tipografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
https://almena.uva.es/permalink/34BUC_UVA/12tq2h1/alma991008172727705774

Perez, L. (2021). “*Un buen merchandising, más efectivo que ciertas técnicas de marketing digital*”. Marketing Directo.
<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/tendencias/un-buen-merchandising-mas-efectivo-que-ciertas-tecnicas-de-marketing-digital>

ASALE, RAE. ““Diccionario de La Lengua Española” - Edición Del Tricentenario.” “*Diccionario de La Lengua Española*” - Edición Del Tricentenario, Servicio de consulta electrónica al “Diccionario de la lengua española,” 2018, dle.rae.es/

Williams, R. (2015). *Diseño gráfico: principios y tipografía*. Madrid: Anaya Multimedia.

LISTADO DE FIGURAS

1. *Diciembre*. (2012). [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/WETasvj9EeCaRwNfA>

2. *Diciembre*. (2012). [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/P26aDJsE1Q6qXkkBA>

3. *Diciembre*. (2012). [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/WzcL7fx6LEXLRuhw8>
4. Martín, R. (2014). *Pólvora* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/kBDNxwKfY7AVqcX78>
5. *Gira “Pólvora”* (2014). [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/AqNa4wyNvbsHFzqy5>
6. *Monstruos* (2016). [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/EWT36AGcgcUSJtjF6>
7. *Monstruos Concierto Tenerife*. (2016). [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/XFqLQB3nYp1r8zRf9>
8. Boa Mistura. (2019). *A ti te ocurre algo* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/d8XHRVD2LJqx8LNRA>
9. Boa Mistura. (2019). *El Gigante Big Fish* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/DXG2soEsg4GjrmEj6>
10. Boa Mistura. (2019). *Godzilla* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/baVj1GSw1U3mXftG6>
11. Boa Mistura. (2019). *Costa de Oaxaca* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/T7tsN86txmnL8nXv8>
12. Boa Mistura. (2019). *Como si fueras a morir mañana* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/s4b215tNnfgBiUVU9>
13. Boa Mistura. (2019). *En el espacio* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/ytiYsX6ezr6dshiB6>
14. Boa Mistura. (2019). *Nuclear* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/hpooPcUqG9LqH4ea6>
15. Boa Mistura. (2019). *Lobos* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/KLcsu55RSVwczy4K8>
16. Boa Mistura. (2019). *No te preocupes por mi* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/AKT1jngwpWTtqmNt6>

17. Boa Mistura. (2019). *Expertos* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/oQ7vGtsj8eBKaqRkK9>
18. Boa Mistura. (2019). *Superpoderes* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/hDc4PMLUTiXUGgQZ8>
19. Boa Mistura. (2019). *Maniobras suicidas* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/uAKemt1nxvLxacEx8>
20. Boa Mistura. (2019). *Nuclear* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/5nUHdC7sd2waiEQc8>
21. Boa Mistura. (2019). *“Nuclear” Edición Especial* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/RfBTWL4dG8DGonLdA>
22. Desconocido (2019). *Tour “Nuclear” Getafe* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/PS9T32wUSynceriZA>
23. Boa Mistura (2019). *Madrid Nuclear* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/VrejfcVNaGqmJWya8>
24. Desconocido (2019). *Madrid Nuclear* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/g6Nfv4c4mcShB7o19>
25. Boa Mistura. (2021). *Cuando te muerdes el labio* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/LkeQfQCNNYAteKjv8>
26. Boa Mistura. (2021). *Cuando te muerdes el labio formato acordeón* [Figura].
Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/EKLYaPTAnWdTRBe8A>
27. Boa Mistura. (2021). *Peligrosamente Dark* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/SVJL4GBVKhVWkFTP6>
28. Boa Mistura. (2021). *Llegará* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/4knR7neiv3bPkN769>
29. Boa Mistura. (2021). *Premio consolación* [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/ngPqTovHU1TzMf488>
30. *Leiva tour “Cuando te muerdes el labio” Madrid*. (2022). [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/Bobk6oE3W7smDTVN6>

31. *Leiva tour “Cuando te muerdes el labio” Sevilla*. (2022). [Figura]. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/98HoCMkghqDt11re6>

32. *Parches “Nuclear”*. (2019). [Figura]. Recuperado de:
https://leivastore.com/inicio/15-112-parches-nuclear.html#/37-parches-despliega_y_elige_el_parche

33. *Púa “Cuando te muerdes el labio”*. (2022). [Figura]. Recuperado de:
<https://leivastore.com/inicio/17-pua-cuando-te-muerdes-el-labio.html>