

EL DISEÑO DE REVISTAS PARA LOS NIÑOS, EXPONENTE DE SU EVOLUCIÓN EN EL ENTORNO SOCIAL

MERCEDES CHIVELET
mchivelet@ccinf.ucm.es

Facultad de Ciencias de la Información,
Universidad Complutense de Madrid

El diseño de los *magazines* editados para los niños a lo largo de dos siglos es una muestra de cómo la presencia de estos, dentro del entorno social, ha ido modificando su perspectiva. Así, cambió desde el inicial paternalismo en complicidad con el adulto en su función educadora, hasta el reconocimiento final del menor, considerado objetivo prioritario de consumo. Como reflejo de ello el diseño también modificó sus códigos y evolucionó desde un mimetismo con las publicaciones destinadas al mayor, arropado con una iconografía infantil convencional, hasta la búsqueda de un nuevo lenguaje tipográfico con el que sintonizar con los más jóvenes.

Portadas, logotipos, tipografía, recursos y puesta en página son expresión gráfica de esa renovación. Para constatarlo se ha hecho el seguimiento de 20 cabeceras que marcaron un hito en el recorrido histórico de la prensa dedicada a esos lectores.

Introducción

La prensa, espejo social por sus contenidos, lo es también por su presentación, aspecto poco explorado que, sin embargo, resulta igual de significativo de cada momento. Si por la temática y tratamiento de la información se ha erigido en el documento vivo, conformador de la historia, por su diseño es reveladora no sólo de las disponibilidades técnicas, sino del perfil del destinatario, de su consideración como ciudadano.

Por ello, revisar la hemeroteca es ejercicio obligado para todo estudioso del periodismo. Sólo así encontramos el testimonio tangible que permite apreciar formatos, papel, márgenes, tipografía, color, ordenación en página, estética y acabado en la impresión, exponentes de una época concreta. Son los elementos que convierten en fija la proyección de la imagen del lector realizada desde el entorno social. Así, cualquiera que acceda a los *magazines* deci-

monónicos de información general detecta el papel asignado a la mujer en ese periodo. No sólo por los temas, adecuados a su misión de complaciente hija, esposa y madre, sino por las concesiones hechas a su presentación. El tono de cierta austeridad otorgado al diseño de las páginas se rompe en las secciones dedicadas a ella que aparecen orladas y con grandes ilustraciones. Sus tipografías se presentan decoradas y eligen las de escritura para lograr un matiz intimista. Igual ocurre respecto al niño, del que podemos intuir la visión que de él tuvo el adulto, tanto por el carácter de los contenidos como por su impronta en las páginas.

Los más de 400 títulos que configuran el recorrido de la prensa infantil, de los que 70 pertenecen al siglo XIX, obligan a una selección representativa. Con ella queda esbozado el recorrido de su andadura dentro del entorno social. Desde el título inaugural, en 1798, hasta los inicios del siglo XXI, los cambios de temática y diseño son sincrónicos con los conseguidos por la figura del menor.

Escasas concesiones en el diseño de los ‘periolibros’

La definición de *magazín* no puede aplicarse aún a las primeras publicaciones que se le dedican. *Gazeta de los Niños* aparece en enero de 1798 y marca las pautas para sus seguidores, ya del siglo XIX. Abundantes por su número, fueron escasos en su continuidad y su perfil se corresponde con el de los ‘periolibros’. Por sus artículos, de obsesivo fin formativo y enciclopédico, su periodicidad mensual o quincenal y por su puesta en página, se aproximan más al concepto de libro que al de periódico.

El formato oscila entre el octavo y el cuarto y su maquetación se ajusta al total ancho de página, sólo acotado por los márgenes. A veces se opta por la partición en dos columnas cuando se trata del tamaño cuarto. Las escasas ilustraciones son el único elemento decorativo: una viñeta final, alguna capitular floreada y pequeñas orlas de connotación romántica. La paginación es correlativa y vinculante de las sucesivas ediciones para así facilitar su posterior encuadernación anual o semestral.

La tipografía observada en estos ‘periolibros’ no se somete a un cuerpo determinado. Sus textos eligen el necesario para ajustarse al soporte disponible. O son notablemente grandes o resultan apenas legibles para dar entrada a largos contenidos. Todo depende del espacio asignado que permanece inamovible. Se utilizan las fundiciones de romanas antiguas, al uso, compartidas con otras producciones impresas en los mismos talleres. La preocupación por hacer atractiva la lectura para el pequeño ni siquiera se plantea, ya que se daba por hecho que iba a ser realizada por sus progenitores, a los que serviría de apoyo didáctico. Los elementos festivos eran mínimos y casi la única concesión hecha al supuesto des-

tinatario infantil fue el diseño de las cabeceras. En ellas se detecta la tierna y paternalista relación adulto-niño en la que este último apenas cuenta.

Tras *Gazeta de los Niños*, del mismo diseño que las gacetas al uso para adultos, se suceden publicaciones que van a repetir o coincidir en su nominación. Son ‘periolibros’ que, poco a poco, van a modificar sus contenidos hacia lo lúdico, sin abandonar por ello el afán formativo y docente. Esto va a quedar patente en su presentación y diseño que va a incluir cada vez mayor número de ilustraciones inspiradas en las dos propuestas lectoras dominantes: biografías ejemplares y descripción de juegos en grupo. Con ellas se pretendía ir captando el interés del niño, siempre ávido de representaciones gráficas de su entorno.

Con ese mismo fin, las portadas fueron cuidadas con esmero. Las cabeceras se diseñaron combinando romanas versales y góticas de escritura que precedían o sucedían a la casi obligada escena infantil, en sintonía con el enunciado. *Minerva de la juventud española*, de 1833, fue, tras un largo paréntesis, la segunda revista editada en España para los niños. Su primera página la preside lo que va a convertirse en su imagen introductoria. La palabra principal se graba en una mecana hueca con perfiles y sombreada. Para el resto del título se elige una garralda espléndida. Debajo, centrada, una representación de la diosa de la sabiduría, generosa en dádivas con las criaturas angelicales que la rodean. Al año siguiente de su aparición se prescindió de éstas y de las mecanas, quedando así unificada la tipografía del conjunto.

La iconografía de las revistas decimonónicas trasluce los sentimientos del adulto respecto a sus retoños. *La Aurora*, ‘literario y científico’, vivió entre 1851 y 1853. Desde sus comienzos indica la senda que han de seguir los pequeños, guiados por la virtud, el trabajo y la ciencia. Para persuadirles de lo beneficioso de este principio, en la composición de su cabecera se asocian las figuras de serafines y niños, dispuestos a aceptar complacidos la propuesta.

El primer ‘pre-magazine’: infografías e ilustraciones

Educación Pintoresca nace en julio de 1857, con un formato de 13 por 19 centímetros. Rompe la maqueta a columna para dividirla en dos con corondel visto. Con la referencia de *Semanario Pintoresco*, para los adultos, cumple lo que promete en su enunciado. Como ejemplo de revista ilustrada, busca acortar distancias con sus lectores en su salida semanal y mediante proliferación de ilustraciones (el niño siempre las solicitó) insertadas en los textos, incluso a doble página. Otra de las innovaciones que integra es la de infografías para acompañar la sección ‘El viajero de los niños’, que demuestra ya la consideración de estos como lectores.

La tipografía romana se ajusta a un cuerpo 9, compuesto al 12, con lo que el blanco entre líneas proporciona limpieza a los textos. Empeñado en captar segui-

dores les facilita el acceso a la habilidad lectora con exquisitos alfabetos de original diseño. En uno de ellos se dispone una viñeta para cada letra. Es una didona, en las cuatro modalidades más usuales: mayúscula, caja baja y ambas en redonda y cursiva. Además, el espacio central es para la imagen de un niño portando, en diferentes posturas, la gran letra protagonista. Diseñada con efecto relieve parece estar troquelada en metal. Es el primer *pre-magazín* que abrirá el camino a otros.

En marzo de 1870 Carlos Frontaura inicia la publicación de una 'revista de educación y recreo' para 'instruir deleitando' y la llama *Los Niños*. Las dos palabras están rotuladas y comparten su fondo con la escena formada por cinco figuras infantiles que parecen sacadas de un cuadro de Murillo, de pie o sentadas, sobre un gran libro abierto. Es el logotipo de la revista, que se repetirá a lo largo de sus siete años de andadura madrileña.

El tamaño de sus páginas, 19,5 por 28 centímetros, acepta unos amplios márgenes delimitados con un fino filete. Se percibe una maqueta que sitúa la ilustración en el centro de la página para dar entrada a títulos y textos. En su cabecera, un friso, entre filetes, le sirve para el avance temático y paginación. Los titulares optan por una exquisita letra española decorada. En distintas alturas, según la importancia del tema, siempre prefiere las versalitas. La mancha queda dividida en dos columnas con un corondel visto de igual grueso que el marco citado. Cuando el texto obliga a un blanco final, en pie de página, se coloca como remate un arabesco o una viñeta.

Bigotes decorados o lineales finos, iguales al resto de los filetes, separan o subrayan, según los casos, respetando unidad de criterio para su aplicación. La alternancia de cuerpos orienta sobre la diferente naturaleza del texto. La tipografía básica pertenece a las romanas antiguas, compuesta en un cuerpo 12 algo estilizado para los artículos y relatos mientras que para la versificación se utiliza un 9 redondo. Las anotaciones dirigidas a los suscriptores se marcan en un tamaño notablemente inferior. El interlineado en todos los casos es el ajustado, lo que hace atractiva y fácil la lectura. Estas pautas, mantenidas con rigor, le otorgan un estilo definido y elegante que acredita cómo el niño iba siendo merecedor de todo tipo de atenciones. Con su larga vida (volvió a reaparecer en Barcelona entre 1883 y 1886) consolidó la presencia y perfil de los 'pre-magazines'.

Las revistas 'tipo-litográficas', como se autodefine *La Ilustración de la Infancia* (1877), 'de educación y recreo', coinciden en el uso de una iconografía infantil que refleja el concepto arraigado en los adultos sobre ese público. La imagen de la cabecera ocupa, como en los casos anteriores, casi media página. Representa a una mujer, coronada por una lengua de luz, que arropa a una docena de niños, por sus vestiduras pertenecientes a ambos sexos, adoptando diferen-

tes posturas para la lectura. La escena queda enmarcada por el título, en una letra chupada, decorada y de efecto relieve por su sombreado; el subtítulo definitorio y una antorcha cerrando cada lateral.

Se repite el recuadrado para unas páginas de formato igual al periódico antes citado. Esta vez el fino marco sustituye sus ángulos por cantoneras. La partición en dos columnas utiliza corondel visto de igual grueso. También el cuerpo del texto fija dos opciones diferentes en la romana al uso: el mayor para los textos básicos y el menor de nuevo para los versificados. Entre los primeros encontramos croniquillas y artículos que hacen referencia a la actualidad del momento.

Es otro 'pre-magazín' por su variedad temática y su manifiesta preocupación estética. Si ya en *Los Niños* se reproducían pequeños textos autógrafos, en *La Ilustración* son los dedicados a 'Historia Natural' los que se presentan como manuscritos por su autor. Esto les convierte, por contenido y forma, en precursores de los cuadernos de viaje. Un esfuerzo más para lograr credibilidad ante el niño. La conjunción de detalles en el diseño permitiría redactar *a posteriori* su libro de estilo.

Antes de terminar el siglo, en 1887, aparece *El Mundo de los Niños*, 'ilustración infantil decenal', que anuncia en portada "magníficos grabados y cuentos ilustrados". Concebido con perfil periodístico ofrece un sumario en entrada de página para enumerar los principales temas y autores, detalle que le consolida ya como un *magazín* por su variedad y grado de atención al lector. *El Mundo de los Niños* quiere quedar representando en el diseño de su cabecera. En ella se aprecia el boceto de monumentos urbanos, en este caso de Madrid, que sirven de fondo a la imagen de tres pequeños. Sentados en el suelo, uno aparece en actitud lectora, otro escribe y ambos se muestran atentos a lo que parece decirles el tercero. Un teatrillo de juguete completa esta versión sencilla sobre las posibles formas de comunicación, que también se busca establecer con los niños.

La revisión de estos títulos decimonónicos permite confirmar cómo el pequeño salió del anonimato para ir ganando posiciones en el plano social hasta presentarse como claro objetivo de editores. La iconografía infantil de las cabeceras incluyó tipografías esmeradas para crear una imagen gráfica de identidad, diferente a las publicaciones de los adultos. Los *pre-magazines* del XIX dejan vislumbrar ya como ciudadano al incipiente lector. Con su pluralidad de oferta y cuidada presentación le reconocen capacidad selectiva.

Pioneros del siglo xx: el diseño le equipara al adulto

Los primeros años de la centuria no van a aportar grandes innovaciones. Con la mirada puesta en los más jóvenes su prensa les dedica mayor volumen gráfico, pero sin encontrar un estilo de diseño de acuerdo con ellos. Mantuvieron la

imitación del modelo adulto en la puesta en página, inevitable si consideramos que, en el mejor de los casos, compartían confeccionador. Esta figura profesional sólo existía en contadas cabeceras que la cedían a las infantiles editadas en el mismo lugar. En general el encargado de su maquetación era alguno de los propios ilustradores habituales. Llevado de su afición al mundo infantil ordenaba el material y decoraba las páginas con cenefas y elementos dibujados para conferirles un tono festivo. Refugiado en el anonimato, sólo sus compañeros conocían esa faceta de su actividad.

Infancia veía la luz el 19 de octubre de 1910 de la mano de José Robledano Torres. Como semanario ilustrado fue pionero de los *magazines* del siglo XX. Su material gráfico se enriqueció con abundantes reproducciones fotográficas, unidas a las clásicas ilustraciones puntuales o decorativas. Además incorporó historietas con globos o bocadillos, técnica que estrenó en la prensa con la autoría del propio Robledano. También publicó dibujos y relatos remitidos por los niños. Sus colaboraciones, con nombre y foto, contribuyeron a potenciar su presencia en unas páginas de 16,5 por 23 centímetros, tamaño que, salvo excepciones, se repetiría en otras revistas. Todo ello le otorga la categoría de *magazín* con una acertada maquetación que sigue las pautas de las revistas para los mayores, lo que no desmerece el resultado. Por el contrario, iguala en consideración al niño con los adultos ofreciéndoles una publicación con el igual nivel de resolución gráfica.

Ese mismo grado de equiparación se ofrece en *Blanco y Negro*, la emblemática cabecera de Prensa Española que desde su salida, en 1891, disfrutó del aplauso del público por la calidad de sus textos, ilustraciones y acabado. De todo ello se benefició también la sección infantil a la que dedicó, desde 1904, tres o cuatro de sus páginas.

Bajo el título de *Gente Menuda* se inició el recorrido de una publicación que terminaría por ser un consolidado *magazín*. En su trayectoria, hasta 1936, alternó la paginación de *Blanco y Negro* con la de *ABC*. Su ubicación presentó las tres modalidades: vinculación total a sus tutores, posibilidad de liberarse de ellos mediante un corte y plegado de sus páginas y, finalmente, la de plena independencia, lo que hizo en dos periodos de su trayectoria. Estos cambios también repercutieron en su formato, igual al de su tutor o la mitad de éste cuando se extraía de sus páginas. En sus etapas como independiente también cambió de tamaño. En la primera, entre 1908 y 1911, se corresponde con el de 15 por 23 centímetros, mientras que en la segunda y última, de 1932 a 1936, adopta el estándar para los *magazines* del momento. Estas variables incidieron en el diseño, con pocas opciones en el reducido soporte pero no así cuando lo duplica, tanto si lo comparte con *Blanco y Negro* como en la plena autonomía de los últimos años en los que queda perfilada su identidad.

La cabecera inaugural, diseñada por Xaudaró, no olvida la iconografía infantil. La escena de tres niñas jugando a la comba se enmarca con una orla floreada que incluye las dos palabras enunciadoras. Es una muestra del modernismo, exhibido también por las portadas de *Blanco y Negro*.

Sin abandonar esa tendencia, en su estreno como independiente y con pequeño formato, la primera página se recuadra para presentar una ilustración o fotografía afín a los pequeños lectores. *Gente Menuda* aparece en el pie con una elegante letra romana.

Presencia de las vanguardias para el niño lector

La presencia del niño es ya aceptada por los mayores aunque sin abandonar estos la actitud proteccionista. Convencido de este avance social, Enrique Bonet, fabricante de productos para la infancia, edita en 1924 *Chiquilín*. Su visión comercial le lleva a servirse del éxito de la película *El Chico*, de Charlot, como aval de un acierto editorial apoyado, además, en su plantel de firmas. Bonet valora al pequeño lector como ciudadano exigente y le ofrece divulgación y entretenimiento, a la vez que le brinda información útil sobre sus productos. Una fórmula inédita en los *magazines* infantiles que llevó hasta sus destinatarios textos y aportaciones gráficas de Robledano, Serny (Ricardo Summer), K-Hito (Ricardo García López) y Miguel Mihura, entre otros, bajo la dirección sucesiva de Jardiel Poncela, José López Rubio, Fernando Perdiguero y Manuel Abril. Con este arranca una segunda época que lucirá portadas constructivistas, ilustraciones esquemáticas y una confección adaptada a los contenidos. Es un *magazín* con los temas propios de su género.

La página adopta partición en tres columnas, con corondeles de 12 puntos, por las que discurre una tipografía romana de cuerpo 9, legible en el ancho de línea resultante, de 10 cículos y medio. Módulos publicitarios, información gráfica, colaboraciones infantiles, divulgación e historietas aparecen ordenados y equilibrados en peso. Sobre ellos planea, además, la sombra de un humor inteligente. *Chiquilín* es el primer *magazín* para los niños del siglo XX y tiene la virtud de gustar también a los mayores, pero estos ya han pasado a segundo plano de consideración desde el punto de vista del editor. Un reflejo de que en el terreno de lo social se están produciendo innovaciones.

La implicación de los mejores autores del momento en las publicaciones pensadas para los más jóvenes es la mejor prueba del cambio en el estatus de estos. Así, los *magazines* para ellos van a servir de plataforma para las vanguardias artísticas y literarias, lo que demuestra la atención prestada a sus lectores.

En la tercera década del XX se dieron cita, entre otros, además de *Chiquilín*, *Pinocho*, *Macaco*, *El perro*, *el ratón* y *el gato* y el ya citado *Gente Menuda*.

Adentrarse en cada uno rebasa las posibilidades de espacio de este trabajo. Un rápido listado de alguno de los nombres que desfilaron por esas publicaciones representativas de otras nos da idea de su perfil.

Las ilustraciones románticas y sugerentes, las muestras de modernismo, futurismo, constructivismo, dadaísmo y art-decò, van a encontrar su versión en favor de los niños de la mano de Eulogio Varela, Viera Sparza (María Dolores Esparza), Rafael Barradas, Ricardo Opisso, Robledano, Luis Dubón, Demetrio López Vargas, Francisco López Rubio, Enrique Martínez de Tejada (Echea), Antonio de Lara (Tono), Salvador Bartolozzi y su hija Piti, Girón, Federico Galindo, Rafael Penagos, K-Hito... y muchos más que se escapan del carácter sucinto de esta cita. Todos crearon imágenes para sus propios textos y para los de otros autores. Con su trazado los *magazines* se enriquecieron en estética y contenidos demostrando la revalorización del papel social de sus jóvenes seguidores.

Con la variedad de temas y su feliz puesta en página se consiguieron ejemplares modélicos. La figura del niño se consolidó y se hizo notar gracias a la colaboración de todos los que en esos años le dedicaron lo mejor de sí mismos.

Gente Menuda, independizada de *Blanco y Negro* en 1932, es representativa de ese balance. Sus portadas gozaron de diseños exclusivos. En ellas las tipografías rotuladas se integran en la ilustración y sintonizan con su contenido, llenas de movimiento y libertad. Se hacen caligramas, montajes y desmontajes. Las letras bailan, potencian los significados y dan dinamismo y plasticidad a estos *magazines*. El último de ellos vio la luz el 17 de julio de 1936.

El niño como ciudadano: el diseño de los cincuenta

La Guerra Civil sirvió para confirmar al niño como ciudadano, aunque en este caso para convertirle en objetivo de ideologías. De forma directa o con el señuelo de relatos e historietas invadieron unas páginas impresas con premura y pocos medios.

Terminada la contienda hay que destacar la figura de Consuelo Gil Roësset como editora de los primeros títulos de la posguerra. Gracias a su decisión y empeño *Chicos* (1938) y *Mis Chicas* (1941), luego *Chicas*, ayudaron a sus numerosos lectores a sobrellevar aquel duro periodo y lo hicieron dejando a un lado las presiones doctrinales. Con ellos el siglo superó su primera mitad pero antes de cerrarla, en 1947, se hizo realidad otro proyecto: *Bazar*, el *magazín* de la Sección Femenina para las niñas, resuelto con gran acierto de diseño. Colorista, desde el principio, cambió su formato inicial, de 22 por 31 centímetros a 17,5 por 24, acercándose al estándar de sus contemporáneos citados. Serny fue su director artístico y diseñador de portadas, excepto cuando estas reproducían dibujos remitidos por las lectoras. La cabecera, también cambiante, y la maquetación

interior muestran la búsqueda de un nuevo lenguaje tipográfico con sus lectores. Hay que anotar el encarte de un suplemento gráfico muy periodístico en su contenido y confección.

En la década de los cincuenta nadie cuestiona al más joven como ciudadano, al que los editores cuidan ya que ven en él la garantía de su continuidad. Dispuestos a crear lectores desde la infancia proliferaron las publicaciones periódicas. Del grueso volumen de oferta destacaremos algunos títulos muestra de la evolución del diseño.

Gaceta Junior sale el 17 de octubre de 1968 como semanario juvenil-infantil, sin discriminación de sexo. Es un *magazín* dotado de los elementos exigibles y demostrativos de atención al lector. La tercera página incluye el *staff* y un sumario, además de las cartas al director. El formato de 23,5 por 31 centímetros permite la partición en cuatro columnas, lo que facilita un mayor juego con los anchos de composición. Se imprime en los talleres de *La Vanguardia* y su tipografía es estándar. La maquetación se corresponde con la de cualquier revista de información general. La única concesión que le imprime un ritmo diferente es el uso de elementos gráficos en color y la inserción de pequeñas ilustraciones. Las cabeceras de sección son sencillas y adaptadas en su diseño al contenido. Todo queda bien ensamblado, sin estridencias.

Gaceta Junior alinea sus dos palabras con alternancia de series y grueso marco de color. La misma línea de diseño, sólo tipográfico, ofrece el logotipo de *Trinca*, de 1970, con letras de gran ojo, huecas y perfiladas en negro, sobre un fondo rojo. Sus contenidos son los de un *magazín*: divulgación, información, propuestas e historias gráficas. Diseño estándar que sale al encuentro del lector con sencillez y claridad para satisfacer sus intereses y aficiones.

Las dos publicaciones son similares en estilo y marcan la tendencia de esos años que no establece diferencias en la presentación en razón de la edad de los destinatarios. Mantiene a todos en el mismo nivel de atención y sólo se perciben algunas concesiones en el uso del color y de mayor número de elementos gráficos.

Nuevo lenguaje tipográfico en busca del lector

En diciembre de 1981 el diseño de las revistas para los más jóvenes inicia un nuevo itinerario en el que no va a haber retorno. Aparece *Pequeño País* como suplemento del diario de Prisa. Con un formato en consonancia con su enunciado, inunda sus páginas de color y recursos de gran plasticidad. Conocido ya por todos no procede su descripción, pero si anotar que marca las pautas a seguir para unos lectores captados por el dominio de la imagen.

Los *magazines* de finales del XX y los pocos supervivientes del XXI van a competir con los soportes virtuales. Lo hacen incrementando su volumen gráfico, gran-

des tipografías de fácil lectura, exceso de color y de recursos tipográficos para lograr un fuerte impacto visual. *Gente CE* (marzo, 1989), armoniza esa tendencia con la tradicional y equilibrada, consiguiendo una imagen juvenil pero armónica. Su sucesora, también editada por Bayard, *Super Junior* (octubre, 1994) ya se inclina más hacia la maqueta quebrada, diferentes fondos de color en la misma página con formas asimétricas, fuertes recuadros y llamadas. La tipografía se corresponde con futuras gruesas que alternan color y tamaño en los titulares. Los textos son cortos, con letras de ojo proporcionado, para mantener la legibilidad sobre fondos o fotos en los que también aparecen negativados. El logotipo de la cabecera rompe la alineación y la linearidad con sus grandes y multicolores letras.

La gran ilustración de portada sirve de soporte a numerosas llamadas que la salpican en aparente desorden. Abundan las noticias cortas acotadas en pequeños y llamativos espacios por su color y diseño. Funcionan como fogonazos informativos en sintonía con las rápidas visualizaciones de los mensajes y el zapeo en las pantallas digitales.

Las características anotadas son comunes en el resto de las cabeceras del siglo XXI. Podríamos citar como ejemplo *Megatrix* y *Ciberclub*, dos *magazines* vinculados a sus respectivos espacios de televisión. Su complejo diseño resulta abigarrado y agresivo para lectores que no formen parte del círculo de preadolescentes y adolescentes. Pese a todas estas concesiones, los *magazines* para ellos parecen sumidos en un periodo de hibernación en espera de que algo mágico les devuelva la vida. Reencarnados y con presencia digital nos dejan abierto el interrogante de su proyección futura.

Una breve reflexión

La revisión de cabeceras emblemáticas, desde los *magazines* pioneros hasta los publicados en los inicios del XXI, permite observar que siempre mantuvieron un alto grado de preocupación estética, pero que ésta modificó sus códigos en función de unos destinatarios diferentes que iban tomando categoría de ciudadanos selectivos.