UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Análisis semiótico del diseño de las portadas de la revista “Picnic” y sus relaciones sígnicas que configuran su comunicación visual

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

JONATHAN JESUS BLAS RIVERA

DIRECTORA

MTRA. MARÍA DEL ROSARIO LÓPEZ GUERRERO

Ciudad de México, junio de 2022

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

CA Coordinación Académica

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO
COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

Agradezco principalmente a Dios por guardarme en todo momento y haberme mantenido firme a lo largo de mi carrera universitaria hasta a concluirla.

Definitivamente agradecerme por haber tenido la disciplina y la actitud de culminar esta etapa tan deseada en mi vida sin importar los obstáculos. La constante falta de recursos, la oscuridad y la soledad muchas veces me llevaron al piso pero jamás dejé de levántame para finalizar mi carrera universitaria

Dedico también infinitamente este logro a mis abuelitos Rosa María de la Rosa Cárdenas y Roberto Rivera Sánchez que a pesar de la distancia estoy agradecido por haberme dado tanto amor como si fuese uno de sus hijos y al mismo tiempo haberme permitido tener las bases para una preparación profesional.

Con profundo cariño también agradezco a Itzel Robles por ser parte fundamental en mi vida y en el proceso de esta tesis, gracias por ser mi ejemplo a seguir, por tus valiosos consejos y regaños pero sobre todo por enseñarme a conseguir mis metas. A su familia también agradecer por su valiosa amistad y generosidad incondicional.

Gracias a la paciencia y el conocimiento compartido de cada uno de mis estimados profesores de la licenciatura de Comunicación y Cultura pero sobre todo a mi directora la Mtra. María del Rosario López Guerrero por haber aceptado dirigirme, por las infinitas consultas resueltas, la agilización de documentos para obtener la beca de titulación y demás trámites administrativos sin olvidar a su Laboratorio de Investigación donde pude diseñar el rumbo de esta tesis.

A mi lectora la Dra. Maribel Reyes Calixto por su amistad en varias clases durante la carrera y que por su valioso conocimiento en áreas de la radio logré obtener mi primer oportunidad laboral en la radio. Por su tiempo y aportaciones a través de sus correcciones a esta tesis muchas gracias Dra. Maribel.

A mi lector el Mtro. Benito López Martínez por haberme mostrado las bases del diseño y sus diversos procesos. Su gran paciencia, dinamismo y conocimiento en clase me han servido para abrirme paso laboralmente en áreas de la publicidad y el diseño. Por el haber aceptado ser mi lector y contribuir con sus oportunas correcciones en este trabajo muchas gracias.

A mi lector y amigo el Mtro. Adenauer David Chan Carrasco que desde el principio mostró interés, tiempo y apoyo a través de numerosas explicaciones por medio de esquemas y lecturas sobre Semiótica, muchas gracias.

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) por haberme dado la oportunidad de comenzar esta gran aventura como universitario, por las becas recibidas a lo largo de mi formación como estudiante y por haberme resguardado entre sus muros cuando más lo necesité.

Finalmente pero no menos importante agradecer enormemente a las señoras de la papelería y la comida por su amistad, las charlas tan entretenidas y por las facilidades de pago en tiempos difíciles. A mis amigas Azucena, Betsy, Gabriela, Ivonne, Cinthya, Erika, Laura, Mariana, Paulina y amigos David, Hugo, Antonio, Víctor, Javier y Eslie, amigos que conocí en la carrera y con los que he fortalecido mi amistad fuera de las aulas.

Índice

Introducción 1

Capítulo 1. Investigación documental para la construcción del objeto de estudio 4

1.1 Estado del arte: Revisión bibliográfica y hemerográfica sobre el diseño y la composición gráfica en revistas 4

1.2 Antecedentes: Historia y evolución de las revistas como medio de comunicación 24

1.3 Contexto actual: Gestión y promoción del diseño y la comunicación visual en México 43

1.4 Objeto de estudio 54

1.5 Pregunta general de Investigación 55

1.6 Preguntas particulares de investigación 55

1.7 Objetivo general 55

1.8 Objetivos particulares 56

1.9 Justificación desde la comunicación y la cultura 56

Capítulo 2. Contenido contenedor: Elementos que forman parte de la estructura en una revista 58

2.1 ¿Qué es una revista? 58

2.2 Clasificación de una revista 60

2.3 Elementos exteriores e interiores de una revista..... 64

2.4 Páginas interiores..... 67

2.5 Clasificación de portadas de revistas..... 70

2.6 Géneros de la ilustración gráfica para una portada de revista..... 71

2.7 Técnicas de ilustración gráfica aplicadas al diseño de una portada de revista 73

2.8 Del diseño gráfico al diseño editorial de una revista..... 76

Capítulo 3. Teorías y conceptos para entender el proceso de significación en la comunicación visual en una revista..... 80

3.1 Comunicación visual..... 80

3.2 Características de la comunicación visual..... 81

3.3 Imagen como lenguaje visual..... 82

3.4 Alfabetización de la imagen..... 84

3.5 Sintaxis de la imagen..... 84

3.6 Herramientas del lenguaje visual..... 84

3.7 Semiótica y sus categorías de análisis (signo, sistema, estructura, código)... 87

Capítulo 4. “Una imagen dice más que mil palabras”: Recursos metodológicos para el análisis de las portadas de la revista Picnic..... 97

4.1 Breve historia de la Revista Picnic..... 97

4.2 Definición del método..... 101

4.3 Técnicas de investigación 101

4.4 Modelo operativo propuesto para el análisis de las portadas..... 103

4.5 Selección de la muestra 106

4.6 Análisis aplicado a las portadas de la revista Picnic 107

4.7 Análisis de macro unidades Significativas..... 107

4.8 Análisis de los affordances físicos y funcionales..... 109

4.9 Análisis de los affordances perceptuales 112

4.10 Análisis de los Affordances Cognitivos..... 127

Resultados 145

Conclusiones..... 159

Referencias 164

Anexos 170

Introducción

En el ámbito de la producción, el objetivo de esta investigación es describir y analizar desde una perspectiva semiótica, como se construye el diseño visual de las portadas de la revista Picnic, editada en la Ciudad de México y distribuida en todo el país en formato impreso y digital.

A pesar de que la revista Picnic cuenta con ambos formatos, es oportuno dejar en claro desde este momento que esta investigación está enfocada en el análisis de las portadas en formato impreso debido a que paulatinamente esta versión ha ido perdiendo impacto en comparación al consumo digital dejando abierta la posibilidad de continuar en otra investigación, un análisis comparativo entre ambos formatos tomando como referencia su diseño visual.

El motivo que me llevó a iniciar esta investigación, ha sido entender cómo se construyen los diseños de las portadas de la revista Picnic y conocer si existen reglas específicas que conduzcan a la selección de determinados elementos o se debe más a un proceso de espontaneidad y creatividad del que diseña y comunica.

La relevancia de este trabajo de investigación se sustenta en la propuesta de un modelo de análisis elaborado a partir de categorías de los affordances descritas por Carlos Scolari (2004) y las herramientas de composición y organización visual de María Acaso (2009) y D.A. Dondis (2010).

En cuanto al contenido, este trabajo se organizó en cuatro capítulos, el primero, se titula “Investigación documental para la construcción del objeto de estudio”, enfocado exclusivamente en abordar los antecedentes y el contexto para inducir a

un primer acercamiento sobre el tema del lenguaje visual en las portaladas de las revistas. En este capítulo se realizó una búsqueda sobre los trabajos realizados relacionados con el tema del diseño visual en revistas, también se identificó sus antecedentes y se describió su contexto, esto permitió plantear las preguntas y objetivos de investigaciones encaminadas a identificar cuáles son las reglas del lenguaje visual que determinan una composición gráfica.

En el segundo capítulo, llamado “Contenido contenedor: Elementos básicos que forman parte la estructura de una revista”, se define el concepto de revista y también se describe cada una de las partes que la conforman, tanto interna como externamente. En este capítulo se identificó los diferentes tipos de portadas que existen de acuerdo a la intención comunicativa, sus diversas técnicas de ilustración comunicativa y se menciona cuál es la profesión que se encarga de desarrollar el proceso de diseño visual en este tipo de publicaciones. Esto permitió responder a la pregunta: ¿De qué forma el diseño y el contenido, determinan los elementos que aparecen en las portadas de la revista Picnic?

El tercer capítulo “Teorías y conceptos para entender el proceso de significación en la comunicación visual en una revista”, explica los conceptos y teorías que representan el marco teórico de esta investigación, también define qué es la comunicación visual y las diferentes categorías que intervienen en el proceso de significación desde una postura semiótica. Esto permitió responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los elementos del lenguaje visual?

Finalmente, el cuarto capítulo “Una imagen dice más que mil palabras: Recursos metodológicos para el análisis de las portadas de la revista Picnic”, describe y

explica la metodología que utilizó este proyecto de investigación, también se muestra y explica una propuesta de modelo de análisis semiótico para analizar el diseño de las portadas de la revista Picnic en su formato impreso que permitió desarticular todos los elementos sígnicos como colores, imágenes, texturas, texto y tamaños. Esto permitió responder a nuestra última pregunta: ¿Cómo se conceptualiza una narrativa visual a partir del lenguaje visual en una portada de la revista Picnic?

Capítulo 1.

Investigación documental para la construcción del objeto de estudio

El propósito de este apartado, es conocer y describir trabajos que hayan seguido líneas de estudio sobre diseño y comunicación visual en portadas de revistas para tener un primer acercamiento al estado del conocimiento y detonar ideas para la construcción del objeto de estudio para esta investigación.

1.1 Estado del arte: Revisión bibliográfica y hemerográfica sobre el diseño y la composición gráfica en revistas

Esquema de organización del número de fuentes consultadas para el estado del arte.

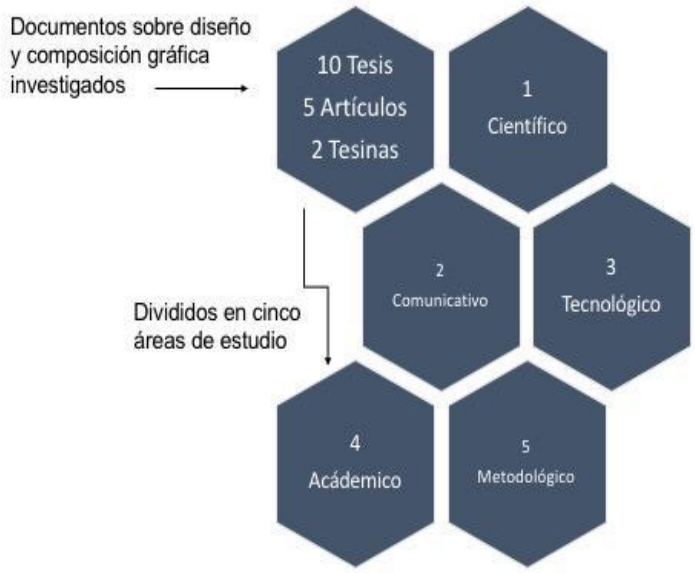


Figura. 1.1. Elaboración propia

Se procuró que los trabajos revisados fueran recientes y que no tuvieran más de quince años de haberse publicado a menos que fuera imprescindible su consulta. Los trabajos revisados fueron, dos tesinas, cinco artículos y 10 tesis de licenciatura, clasificándolos en cinco enfoques: científico, comunicativo, tecnológico, académico y metodológico. La organización por enfoques permitió conocer desde qué perspectivas ya se ha trabajado el tema de la comunicación visual en revistas y cuáles han sido sus objetivos, hallazgos y aportaciones de acuerdo con el siguiente modelo operativo.

Del papel a lo digital. La metamorfosis de estilo y estructuras hacia un periodismo digital emergente

En esta tesis Jesús, Hernández (2014) realizó un análisis descriptivo sobre las ventajas del periodismo digital, describiendo la relación que existe entre internet y periodismo en un mundo altamente competitivo hablando en términos económicos.

Este trabajo de investigación, destacó el desafío que trae la digitalización al periodismo en términos de diseño junto con el uso de herramientas para interactuar con su contenido digitalmente dentro de internet.

Los blogs, las redes sociales y diversas plataformas digitales, fueron los sitios de análisis de esta investigación, ya que el autor menciona que han servido como contenedores de información utilizadas por una gran cantidad de usurarios en el mundo.

El objeto de estudio, fue analizar los desafíos que conlleva a la trasformación digital del periodismo dentro de la red multimedia en internet.

Las palabras clave que se usaron en este trabajo de investigación fueron: internet, periodismo digital, redes sociales, multimedia y tecnología.

La metodología que se llevó a cabo fue cuantitativa, a través de un cuestionario con catorce preguntas cerradas y estructuradas sobre los hábitos de consumo referente a información periodística.

Los periodistas no son ajenos a estas actualizaciones y frente a la trasformación digital en internet, estos deben mantenerse familiarizados con los elementos multimedia para ejercer con éxito el papel de periodista.

Otro factor a considerar en el periodismo digital es la contratación de personal en empresas de periodismo, ya que los periodistas deben saber dominar los elementos multimedia y saber redactar muy bien periodísticamente.

El uso dispositivos tecnológicos también son de gran ayuda al momento de mandar o recibir información, esto permite que la información en nuestros tiempos sea vista en el momento en casi cualquier parte el mundo debido a la inmediatez de recepción y envío que brindan las redes sociales, internet, celulares y equipos de cómputo.

Cómo conclusiones, el autor Jesús, Hernández (2014) explica que el periodismo debe adaptarse a las nuevas condiciones digitales y explotar todos los recursos de multimediales que brinda la digitalización y que las instituciones educativas que imparten clases de periodismo, deben mantenerse actualizadas en función de las necesidades y tendencias del campo laboral.

Dirección de arte para la publicación digital, infografía interactiva de Tove Janson Editorial Siruela

En esta tesina Flores, María (2018) explica que los cambios tecnológicos dentro del mundo editorial, suelen aportar herramientas muy útiles para la lectura y su interacción, así que por esta razón, decidió crear un diseño de infografía que ilustrará la vida y obra de la autora Tove Janson para la Editorial Siruela, con la intención de que lectores que no la conocieran, la ubicarán a través de una sencilla pero atractiva interface digital.

Las palabras clave que utilizó en esta investigación fue: infografía, diseño editorial, Ediciones Siruela y ejecución del diseño.

El objeto de estudio fue la construcción de una infografía para la Editorial Siruela para ilustrar la vida y obra de la autora Tove Janson. Dicha editorial es independiente y es española, sus publicaciones giran en torno a temas medievales, contemporáneos, filosóficos, policiacas y ensayos artísticos.

El objetivo fue hacer un producto visual de gran calidad, que ayudará a comprender a los lectores de manera fácil y clara la información relacionada con la obra y vida de la autora Tove Janson.

La metodología que se llevó a cabo fue un análisis descriptivo de las diferentes fases del proceso de diseño, desde el proyecto a hasta la ejecución del producto, teniendo siempre encuentra, el diseño de interiores y exteriores en función de las medidas para una pantalla Epub.

Como conclusiones, la autora explicó, que al término de la investigación, se logró actualizar la versión digital gracias a las múltiples posibilidades que brinda las

tecnologías dentro del campo de las publicaciones logrando el desarrollo de una infografía interactiva para el lector.

El diseño mutante, trasformaciones del diseño en la era digital

En este artículo de investigación Marchetti, Camusso (2007) describe semióticamente las constantes trasformaciones de los diarios digitales El Clarín, La Nación y Página 12. Dichas transformaciones se centran en el color, la tipografía, las ilustraciones el fondo y el posicionamiento de los contenidos.

La autora explica la importancia que tienen los dispositivos tecnológicos para visualizar publicaciones digitales, ya que estos permiten ajustar los tamaños de la letra, las características del color y el tamaño de las hojas entre otras cosas, repercutiendo notablemente en la estética visual y la experiencia de los periódicos.

Las palabras clave de esta investigación fueron: diseño, estética, interfaces, cualisígno y noticiabilidad. Dichas palabras o conceptos fueron importantes para que los lectores comprendieran esta investigación.

Como objeto de estudio, la investigación se centró en las transformaciones de la estética visual de los periódicos El Clarín, La Nación y Página 12 en internet. Dichas transformaciones fueron en relación con la tipografía, el color, ilustración, información y distribución.

Lo objetivos fueron conocer e identificar las razones principales que llevan a la modificación de la estética de los diarios en internet. La metodología usada fue un análisis descriptivo, que analizó los cambios que sufrieron los diarios que forman parte de la muestra en esta investigación.

Como conclusión, la autora determinó que la estética visual de los diarios analizados se debe en gran medida a las posibilidades que brindan las interfaces de los dispositivos tecnológicos que permiten visualizar estos contenidos de manera más atractiva.

Finalmente, pero no menos importante, también se dejó claro, que la estética de los medios digitales opera de acuerdo a las exigencias y tendencias de los lectores, ya que estos se encuentran en un contexto bombardeado de imágenes en todo momento.

El diseño editorial a través del método

Parrales, María (2013), abordó en su tesis el tema sobre los distintos métodos que utilizan los diseñadores al momento de crear alguna publicación con elementos e intenciones comunicativas. Los métodos que se describen son los que se abordan en la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la UAM Azcapotzalco de Ambros Harris, Arthur Turnbull y Andrew Haslam.

Además de conocer los métodos ya mencionados, también se explicó cada una de las fases del proyecto, partiendo de los fundamentos básicos al momento de diseñar una publicación impresa,

La idea que dice “trabajar a partir de un método en el diseño editorial, limita la creatividad del diseñador”, fue refutada en esta investigación, ya que la autora explica que es necesario tener un método específico para cada caso, estos servirán de guía para el proceso de un diseño estético y funcional para el cliente.

Como palabras clave, esta investigación utilizó método, metodología, diseño editorial, publicaciones y proyecto editorial. Dichos conceptos, fueron una guía para el lector, ya que se pudo comprender el contenido y la estructura de esta investigación.

El objeto de estudio fue conocer los distintos métodos que permiten realizar publicaciones sin perder el toque creativo que deben llevar los trabajos comunicativos y que sin duda como lo explica la autora Parrales, forma parte del gancho que atrapa al lector al momento de escoger una publicación.

El objetivo fue explicar y conocer las ventajas y desventajas que pueden generar los distintos métodos de diseño para una publicación.

La metodología fue una revisión teórica práctica del método empleado en la División de Arte y Diseño de la UAM Azcapotzalco así como los propuestos por otros autores como Ambros Harris, Arthur Turnbull y Andrew Haslam.

Como resultados, se consiguió identificar la diferencia entre metodología y método ya que en la práctica se suele utilizar ambos como sinónimos cometiendo errores en el proyecto editorial sin establecer pasos ordenados que solucionen el problema comunicativo, repercutiendo en el diseño final del producto.

Trabajo social ante la digitalización de los libros como impulso para el fenómeno a la lectura en el Distrito Federal

Reséndiz, Rubén (2014) analizó en su tesis la posibilidad de que la digitalización de libros impresos representará en aquel entonces Distrito Federal hoy Ciudad de

México, una alternativa para incentivar la lectura en la población mexicana, debido al incremento paulatino de usuarios dentro de internet.

El objeto de estudio, fue la digitalización de libros para acercar a la lectura a jóvenes del Distrito Federal que no tienen el hábito de leer.

El objetivo planteado, fue conocer y analizar el impacto que pueden generar los libros digitales en internet con relación a los hábitos de consumo de los jóvenes del Distrito Federal.

Las palabras clave que utilizó esta investigación fueron: globalización tecnológica, brecha digital, libros digitales, e internet. Estas palabras representaron un eje central para que la investigación se mantuviera centrada en los objetivos particulares que el autor Reséndiz planteó.

La metodología que se utilizó, fue una revisión teórica que permitió acercar al panorama de la lectura, uso de tecnología y hábitos de consumo. Algunas de las fuentes que se utilizaron fueron: CONEVAL Y CONAPO para el contexto económico, AMIPCI e INEGI para los hábitos de consumo en internet.

Como conclusiones, el autor explicó que, gracias a las revoluciones tecnológicas en materia de comunicaciones, el libro está migrando de su formato impreso al digital y en algunos años logrará representarse como un importante fenómeno dentro de los hábitos de consumo para futuras generaciones.

El arte de la ilustración editorial en la época de la digitalización

En su tesina Hernández, Sandra (2009) realizó un análisis descriptivo sobre la evolución de las técnicas y materiales usados a la hora de ilustrar los medios

impresos desde los primeros años en donde surgen las primeras técnicas hasta el día hoy, tomando en cuenta los avances tecnologías de la información aplicadas al diseño de medios impresos.

También se describe, de qué forma los periodistas encontraron una nueva forma de hacer periodismo pasando de los analógico a lo digital, dando preferencia a las imágenes y modificando las formas en que se plasma la información, que, con el tiempo daría lugar a los periodistas visuales y/o foto reporteros.

El Objeto de estudio fue la evolución de las técnicas de ilustración impresa que el periodista utiliza en medios impresos, tomando en cuenta las posibilidades que han dado la tecnología a través del internet y la computadora.

Los objetivos perseguidos fueron conocer, identificar y describir las trasformaciones que el periodista ha tenido que hacer al momento de plasmar la información en medios impresos.

Como palabras clave que sirvieron como guía para el desarrollo de este trabajo de investigación y que además permitió entender el contenido fueron: ilustración digital, internet y tecnología.

La metodología fue un análisis descriptivo para los dos primeros capítulos y para el tercero fue un reportaje demostrativo que explicó cómo algunos periodistas gracias a sus habilidades artísticas, se especializan como periodistas visuales.

La constante evolución tecnológica dentro de los medios de comunicación, ha hecho que los periodistas visuales tengan que ingeniárselas para dar a conocer las noticias

de una manera muy creativa, rompiendo en muchas ocasiones las reglas del periodismo para beneficio de los lectores.

La ilustración digital, hoy representa una nueva forma de comunicar hechos políticos, culturales, económicos, etc, y para ello, el ilustrador debe poseer las habilidades para hacerlo, entre esas habilidades está el saber contar historias a través de imágenes dejando de lado la palabra escrita.

Como conclusiones, la autora Hernández, Sandra (2009) explicó que a pesar de que en los inicios de esta profesión no existía la tecnología con la que hoy contamos, los litógrafos y los impresores realizaban extraordinarios trabajos para ilustrar la información, muchos de ellos, hoy resguardados en museos como testigos del pasado.

Digitalización de imágenes

Zúñiga, María de Lourdes (1993) investigó en su tesis el proceso de digitalización en las imágenes de un formato físico a uno digital. El proceso se llevó a cabo a partir de un escáner que permite a las imágenes interactuar con el texto dentro de un soporte igualmente digital sin aumentar el peso del archivo que contiene la información.

Sumado a lo anterior, también se analizaron las características de las imágenes digitalizadas una vez reconvertidas en archivos digitales, así como sus diversas formas de digitalización.

La conversión de imágenes físicas a impresas a través de programas de cómputo especiales para la digitalización de imágenes mediante escáner y programas de

cómputo como *Paintshow y Paint Brush*, fue parte de la investigación que el autor incluyo en este trabajo.

Como objeto de estudio esta investigación se centró en la digitalización de imágenes físicas y las características que toma dentro del entorno digital, partiendo la calidad del gráfico y la velocidad del dispositivo visualizador como por ejemplo una computadora.

El objetivo fue conseguir compactar las imágenes para que los archivos ocupen el menor espacio en el disco duro de la computadora, procesar imágenes atreves de archivos directos e indexados y elaborar un sistema que permitiera visualizar imagen y texto al mismo tiempo.

Las palabras clave que utilizó esta investigación fueron: scanner, archivo, imagen, digitalización y procesamiento digital.

Como conclusiones, el autor mencionó que con base a las tendencias en la era de la información, la digitalización de imágenes físicas, representa una manera eficiente de almacenar y ordenar información ahorrando espacio dentro de un ordenador, aumentando la calidad de estos por medio de la conversión de archivos.

El diseño editorial. Guía para la realización de libros y revistas

Gurrero, Leonardo (2016) realizó en su tesis una descripción sobre el proceso de elaboración de revistas y libros impresos, describiendo puntualmente fases como la diagramación, la maquetación y la composición del proyecto editorial, con la intención de hacer un manual práctico de fácil entendimiento para estudiantes y profesionistas del campo editorial.

El objeto de estudio de esta investigación se enfocó en el proceso de diseño de libros y revistas impresas.

El objetivo fue elaborar un libro-manual que explicara temas básicos sobre el diseño editorial y que sirva como guía para estudiantes de diseño editorial.

Como palabras clave durante este trabajo fueron: diseño editorial, maquetación, libros, revistas, impresión, retícula tipografía, imágenes, diseño gráfico, texto y párrafos.

La metodología fue una serie de resúmenes sobre las herramientas y programas de cómputo utilizados en el campo editorial. La estructura de este material está determinado por conceptos y definiciones sobre los componentes que el diseñador editorial debe saber y comprender.

También se logró recopilar información que es muy difícil de conseguir dado que no se le dedica tiempo para describir temas básicos sobre las reglas de diseño editorial, colocando este material como un valioso trabajo entre los pocos que existen sobre conceptos básicos no técnicos.

Como conclusiones, el autor explicó que la descripción detallada sobre los conceptos básicos del proceso de diseño de revistas y libros será de gran ayuda para estudiantes y profesionistas del campo, ya que este proyecto se estructuró a través de un lenguaje sencillo y fácil de comprender.

Introducción a los sistemas de composición: tipográfico, mecánico, fotocomposición y digital

En este artículo de investigación, Velduque, María (2011), analizó la evolución que han tenido los sistemas de composición y de impresión en un periodo de tiempo que va desde el Renacimiento hasta la actualidad. El trabajo describió de manera sencilla, las características y funcionamientos de cada sistema utilizado desde la composición con tipos móviles, hasta el software de maquetación digital.

El objeto de estudio fue sobre la evolución de los sistemas de composición y de impresión a partir de la incorporación de las tecnologías con el paso del tiempo.

El objetivo de esta investigación, fue conocer, identificar y describir cuáles han sido los sistemas de composición y de impresión que se han utilizado para imprimir texto en el diseño editorial.

Las palabras clave que se utilizaron fueron: película, Offset, PC, Mac, Monotypia, Linotyipia, Software y Escáner.

La metodología que se siguió fue a partir de una descripción teórica sobre los procesos de impresión registrados a lo largo de la historia con base en los avances tecnológicos registrados y que marcaron un importante avance dentro del diseño editorial.

Como conclusiones, el autor Velduque, María (2011) explicó que la tecnología ha permitido grandes avances en el diseño editorial dentro de las formas de impresión y de composición, sin embargo, estamos ante una revolución tecnológica muy dinámica y por ello, las formas de diseño seguirán evolucionando para facilitar el trabajo a profesionista del campo.

La infografía digital en el ciberperiodismo

En este artículo de investigación, Valero, José (2008), realizó un trabajo teórico sobre las infografías dentro de internet, analizando su potencial carga comunicativa a partir de su composición a través de poco texto e imágenes bien ordenadas.

Las infografías están hechas para complementar la información que no se puede explicar de manera fácil con letras y también sirven como un recurso que supla totalmente la información textual dentro de un contenido en internet.

El objeto de estudio, fue hacer un análisis sobre el uso y ventajas que ofrecen las infografías dentro del periodismo digital, frente a su aún desconocimiento por parte de periodistas y/o diseñadores, esto por ser un fenómeno comunicativo nuevo.

El objetivo fue conocer qué es una infografía e identificar los principales retos que esta tiene dentro del medio periodístico. También se explicó las ventajas que se pueden tener si se utilizan como una herramienta hipertextual dentro del ámbito informativo.

Las palabras clave que se utilizaron fueron: infografía, ciberperiodismo, infografía digital, periodismo visual relatos gráficos y género visual.

La metodología que se llevó a cabo para realizar esta investigación, fue a partir de una investigación teórica, definiendo conceptos clave a partir de autores expertos en la materia dentro del ciberperiodismo.

Como conclusiones, el autor explicó que las infografías han ido constituyéndose como una buena forma de informar hechos con éxito y que son escasas aquellas que no han podido informar con claridad a los lectores sobre algún tema determinado.

También se concluyó que las infografías a pesar de ser un estupendo complemento dentro de la información periodística, no hay suficientes periodistas visuales que se aventuren a realizarlas y esto debe cambiar porque solo se limita a las posibilidades de esta forma comunicativa.

El peso de la hipertextualidad en el periodismo digital: estudio comparativo

Joan, Fondevila y Segura, Herlaynne (2012) realizaron en su tesis una comparación entre periódicos digitales colombianos y españoles con la intención de identificar el número de enlaces por contenido y el tipo de enlaces a partir de su aplicación semántica.

Los autores se centraron en los enlaces por contenido que son aquellos que se encuentran dentro de un texto y los enlaces por semántica que tienen la función de recomendar algún contenido relacionado con temas de la noticia principal, aspectos que son precedentes a la nota o sucesiones de la misma y finalmente aquellos que sugieren otro tema de interés para el lector, también llamados enlaces contextuales, relacionales y recomendados.

El objeto de estudio se centró en los enlaces de contenidos que mostraban tanto diarios colombianos como españoles.

Los objetivos fueron determinar y conocer el número total de enlaces por contenido y por semántica de los diarios colombianos y españoles.

Las palabras clave que utilizaron fueron: hipertextualidad, periodismo digital, Colombia, España, semántica y enlaces.

La metodología fue un análisis cualitativo que dio seguimiento a periódicos colombianos “El Espectador”, “El Tiempo” y también a diarios españoles como “El Mundo” y “La Vanguardia”, entre los meses de febrero y marzo del año 2011 contando el número de unidades por contenido publicado en la *Front Page* del diario.

Como conclusiones, los autores mencionaron que los diarios españoles tienden a tener más clics de enlaces dentro del contenido de una noticia que los diarios colombianos. Los diarios colombianos tienen la ventaja en cuanto a los enlaces relacionales que lo españoles, sin embargo, lo importante es que los lectores lean las notas colocadas como centrales y no otras que estén en segundo plano, por lo que los autores de la presente investigación recomiendan que se ponga más atención en las narrativas hipertextuales en Colombia.

Redacción en Cibermedios para comunicadores en formación

En este artículo de investigación, Urdaneta, Joyceleine (2007) realizó una investigación a manera de reflexión sobre la importancia de crear materiales de consulta a través de formas de escritura estandarizada para periodismo digital que la tecnología junto con el internet ha creado recientemente.

El objeto de estudio se enfocó en la manera de redactar, asumir y desempeñar el periodismo digital dentro de un contexto que lo exige, tanto para profesionistas como lectores.

El objetivo fue reconocer la importancia de tener bases para la consulta de temas relacionados con el periodismo digital, tanto académicos como profesionales.

Las palabras clave que se utilizó durante este trabajo fueron: Ciberperiodismo, digital, multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, internet e información.

La metodología que se siguió para la elaboración de este material fue a partir de una revisión teórica sobre las prácticas del periodismo dentro del internet, así como la descripción de teorías que hablaran sobre las formas de escribir para estos nuevos entornos relacionados al periodismo.

Como conclusiones, la autora Urdaneta, Joyceleine (2007) mencionó que los periodistas de hoy, tendrán que cambiar sus formas de desempeñar su profesión, pero que sin duda la información deberá seguir teniendo un tratamiento objetivo y lo más limpia para que dicho contenido llegue clara, creíble y oportunamente a los lectores.

El proceso de trabajo en revistas culturales independientes. Sudestada: un estudio de caso

Tarantino, Licolina (2015), realizó en su tesis una descripción acerca del proceso de trabajo de la revista independiente Sudestada en un panorama contextual de desempleo, impuestos altos y una concentración de medios para mantener activa una revista que no cuenta con los apoyos que otras revistas si tienen.

Como objeto de estudio, esta investigación se centró el proceso de trabajo que llevan a cabo los integrantes de la revista independiente Sudestada, describiendo desde la selección de contenidos, logística y distribución.

El objetivo que persiguió esta investigación fue, conocer e identificar cuáles son las actividades que se ejecutan para que la revista Sudestada se mantenga publicada

ante un panorama difícil en cuanto a economía y materiales de producción se refiere.

Las palabras claves que sirvieron como una guía fueron: revista, proceso de trabajo, medio de comunicación alternativo y autogestión.

La metodología que se realizó para desarrollar esta investigación fue a partir de entrevistas en profundidad a los miembros de la revista y una revisión teórica sobre el contexto social y económico del lugar.

Como conclusiones, la autora Tarantino, Licolina (2015) mencionó que desde que nació la revista en el año 2001, esta se ha mantenido a través de un constante trabajo de autogestión por parte de los integrantes de la revista, sin embargo, en diversos momentos estos han tenido tensiones entre sí por la diversidad de ideas y aspiraciones que sostiene cada miembro.

El proceso de autogestión de la revista pasa por cinco etapas que involucran la producción de contenidos, el diseño, la distribución, la organización y la formación manteniendo los principios ideológicos además de llamar la atención a partir de la estética y diseño de la revista.

De la creación a la producción del diseño editorial

Humberto, Brera (2011) realizó en su tesis una descripción del proceso que lleva la elaboración de diseños para el campo editorial a partir de conocimientos adquiridos tanto en la universidad como en el trabajo.

El trabajo se basó principalmente en la descripción de las diferentes etapas de diseño como la estructura interna y externa, formatos para retículas y el proyecto editorial en la elaboración de libros y revistas.

El objeto de estudio de esta investigación fue el proceso que interviene en el diseño de libros a partir de la experiencia obtenida en el ámbito académico como el laboral.

El objetivo fue sintetizar y describir los procesos de diseño que se ha adquirido, al mismo tiempo que este se convierte en un libro de consulta para quienes estén dentro del campo editorial.

Las palabras clave que se utilizaron en este trabajo fueron: Diseño editorial, Proyecto editorial, retículas, márgenes, tipografías, formatos, libros y estructura.

La metodología que se llevó fue a partir de una revisión teórica y también de conocimientos adquiridos en el ámbito laboral. Los conocimientos adquiridos en el ámbito laboral fueron a través de empresas como Panini y Grupo Editorial Siquisirí, S.A. de C.V mientras que por el lado académico fue en la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

Como conclusiones, se dejó en claro que los libros se dividen de acuerdo a su formato y contenido, por ejemplo: libro, revistas, dípticos, folletos y catálogos y por tipo de publicación: cultural, artística, educativa, institucional y empresarial.

En cuanto a la actual digitalización de los libros, el libro físico debe conservarse ya que el tener un libro fisco no solo es verlo o leerlo, sino que intervienen todos los sentidos en el momento que se toca físicamente.

Sistema de retículas: un método para diseñar nuevos conceptos de producto hacia el usuario

Este artículo de investigación Manchado, Eduardo y Berges, Luis (2013) analizaron una técnica basada en la ingeniería Kansei para generar un conceptos de producto para la marca de motocicletas Harley Davidson a partir del uso de retículas (espacios donde se dispondrá la información) a la hora de diseñar contenido para una revista, libro o periódico con la intención de hacer diseños funcionales con éxito.

El éxito de libros, periódicos y revistas, depende de su capacidad comunicativa, para ello, tanto los elementos técnicos como papel, color, textura, posición del contenido y calidad como los estéticos son ergonomía, tamaño, grosor, encuadernado y tapas, son características que deben interactuar entre sí.

Elementos como la tipografía, color, tamaño de letra, posicionamiento de la información, imágenes, ilustraciones y elementos que conforman una publicación, son analizados a partir de tablas basadas en ingeniería Kansei. La ingeniería Kansei es una forma de medir las percepciones e interpretaciones de las personas con respecto a un producto cuando ya han sido consumidos.

El objeto de estudio de este trabajo fue la selección y diseño de los elementos base para retículas basadas en ingeniería Kansei.

Los objetivos de este trabajo fueron describir y seleccionar con base a los intereses de la compañía de motocicletas Harley Davidson, los mejores elementos de diseño que representan un mensaje potencialmente comunicativo.

Las palabras clave de esta investigación fueron: Metodología de diseño de producto, Diseño emocional, retículas, comunicación y Kansei.

La metodología que siguió esta investigación fue la recopilación teórica para determinar los elementos de diseño que eran los mejores para la marca Harley Davidson y un estudio de mercado sobre lo que la gente pensaba y sentía acerca del diseño.

Las conclusiones fueron que el método de diseño Kansei es de gran ayuda para elaborar diseños comunicativos con un gran impacto en el público, ya que permite integrar los aspectos técnicos y formales del producto.

En resumen, la revisión documental ha demostrado la importancia de proponer esta investigación ya que el tema de la comunicación visual y/o diseño gráfico se ha abordado desde diferentes aristas, centrándose en su utilidad, pero descuidando las investigaciones sobre métodos y procesos a la hora de construir un mensaje a partir de reglas del lenguaje visual.

1.2 Antecedentes: Historia y evolución de las revistas como medio de comunicación

Como podemos ver en siguiente esquema este apartado tiene por objetivo de identificar los antecedentes históricos que provocaron el surgimiento de las primeras publicaciones que utilizaron portadas, representando o complementando un mensaje gráficamente.

Esquema que muestra los acontecimientos que llevaron al desarrollo del lenguaje visual.

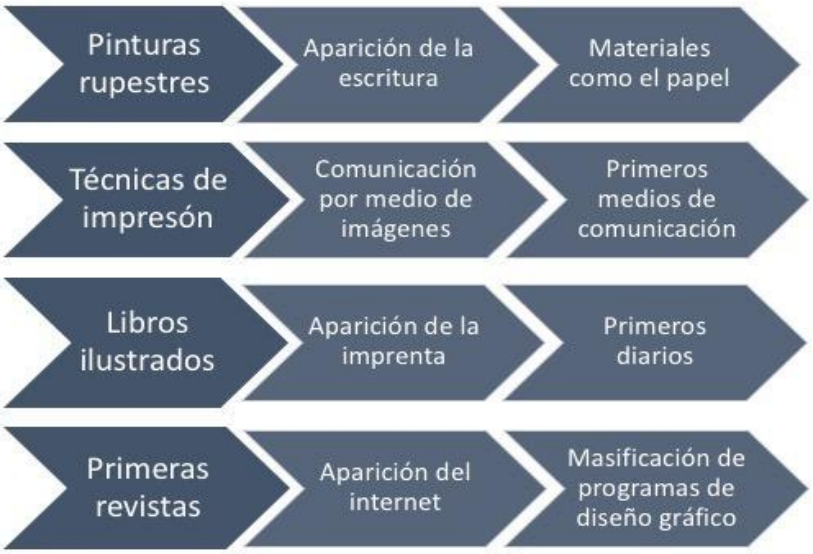


Figura. 1.2. Elaboración propia

La búsqueda de los antecedentes está basada en diferentes periodos históricos que parte desde la prehistoria hasta la aparición del internet y el desarrollo de programas de diseño gráfico. La información está organizada de manera cronológica de acuerdo a la línea del tiempo, identificando la aparición de los inventos que poco a poco asentaron las bases del diseño y la comunicación visual de libros, periódicos y revistas.

Prehistoria, el inicio de toda la expresión comunicativa

Las pinturas rupestres que se lograron plasmar con gran ingenio y precisión en paredes de muchas cavernas del mundo hace millones de años, son sin duda, el primer antecedente histórico de la comunicación visual, ya que aunque no estaban pensadas precisamente para comunicar, si contaban con elementos de significación a partir de líneas y puntos.

El autor Ausín, José (2010) explica que no se debe dejar a un lado la posibilidad de que las pinturas rupestres puedan ser las primeras manifestaciones visuales que se tengan registradas como formas de comunicación en donde el hombre pretendía informar y ritualizar eventos de su vida cotidiana a través de dibujos con pigmentos extraídos de la naturaleza.

Más tarde, con el surgimiento de culturas como Mesopotamia, Egipto y China se comenzaron a desarrollar otras formas de comunicación más complejas como la escritura. En este rubro podemos decir que, la escritura comenzó a ser practicada por estas civilizaciones particularmente por personas dedicadas al pensamiento, conducta que llevó a sacerdotes, artesanos y reyes a desarrollar formas muy complejas de comunicación mediante la escritura.

El autor García, Roberto (1995) explica que la historia de la escritura se puede dividir en cuatro fases: pictograma directo, pictograma, ideograma y fonograma. De estas cuatro fases, los ideogramas y los fonogramas son formas de escritura que comenzaron a utilizar caracteres combinados con dibujos para expresar ideas más abstractas, por ejemplo, la escritura jeroglífica hecha por los egipcios.

China y las bases para la ilustración editorial

La cultura China por su parte, aportó para diversas culturas incluyendo a las occidentales, inventos ya más identificados con el diseño editorial, como el papel y las ilustraciones por xilografía, primera técnica de impresión en madera hecha en el mundo y que tenía por intención plasmar imágenes que complementaran textos.

Pese a que muchas otras investigaciones afirman que el papel se creó pensando en la necesidad de escribir sobre él, la verdad es que no fue así, pues con base a investigaciones documentales hechas por Robert K.G. (1987) en la revista "El Correo" de la UNESCO (1987), se da testimonio de que el papel se utilizó por los chinos para sus obras de arte, fiestas y registros de objetos.

Espliego Jesús (s/a) explica que bajo las órdenes del operador Ho-Ti, Casi Lun, ministro del imperio chino, inventó el papel en el año 105 d. c; con el objetivo de remplazar las tablillas de bambú como soporte para la escritura e ilustraciones, haciéndolo más ligero y de fácil trasportación.

La revista de la UNESCO "El Correo" (1998) también explica que la xilografía como técnica de impresión, se comenzó a utilizar a partir del año 700 d. c. Esta técnica consistía en tallar un dibujo sobre la superficie de una madera rebajando la madera de aquellas partes que no se quería imprimir, de esta manera, estas representarían los trazos que darían volumen y forma a la imagen. Una vez terminado el grabado, se procedía a entintarla para presionar la cara tallada sobre la superficie que se quería estampar.

El autor Willigmann Von, Fermenías Víctor (1979), mencionan que las primeras ilustraciones hechas de grabados de xilografía, fueron encontradas en Japón entre los años 764 y 770 d. c. Cabe señalar que la mayoría de ilustraciones mediante grabados, eran sobre temas religiosos. Por ello, el libro más antiguo del mundo, ilustrado con xilografías, es un libro budista religioso llamado Diamante Sutra, impreso por Wang Chien en el año 668.

En el año 751 d. c. durante la batalla de Talas, los árabes capturaron a un grupo de artesanos que se dedicaban a la elaboración de papel con la intención de que enseñaran el procedimiento para hacer el papel, de esta forma en el siglo XII a través de la ruta de la seda, los árabes llevaron el papel y xilografía por el norte de África hasta llegar a muchas partes de Europa.

Grecia, comunicación por medio de imágenes

En Europa, durante la época antigua, periodo de gran esplendor para culturas como Grecia y Roma, surgió la necesidad de comercializar productos en mercados a partir de imágenes que hacían alusión a tradiciones, fiestas y alimentos. Estás imágenes eran plasmadas en diversos objetos de cerámica y tablas, facilitando la identificación de productos y llevándolos a convertirse también en otro claro antecedente de comunicación visual.

El control y difusión de las mercancías en mercados se llevó a cabo mediante anuncios colgados en los puestos que funcionaban como una especie de estrategia publicitaria, los cuales tenían dibujos de peces o de frutas tallados en piedra para que la gente supiera que en ese puesto se ofrecía esa mercancía. Esta forma de comunicación fue llevada a cabo dada las condiciones culturales, pues la gente no sabía leer ni escribir, pero a través de dibujos, la gente los asociaba inmediatamente con objetos de la realidad.

Esta condición comunicativa tan poderosa para trasmitir mensajes por medio de imágenes, fue aplicada también por los pintores griegos que comenzaron a representar sus fiestas, tradiciones, y diversas actividades a través de dibujos hechas en distintos objetos de cerámica.

Machado, Antonio (1994) menciona que los griegos decoraron con dibujos su cerámica con gran creatividad, algunas de las técnicas que utilizaron para ilustrar fueron a partir de figuras negras, rojas, de fondo blanco y barniz negro.

Si bien, las primeras formas noticiosas en un primer momento no buscaban precisamente la ilustración grafica como tal, también contribuyeron al nacimiento de la comunicación visual mediante su tamaño, tipografía y composición de los elementos a cargo de sacerdotes romanos.

Anales pontífices

Los sacerdotes romanos fueron los encargados de redactar diversas notas informativas como lo afirma la autora Ruiz, María del Carmen (2012) quien explica que los Anales de los pontífices era una especie de gaceta que comunicaba hechos históricos a la región.

Acta diurna

Ruiz, María del Carmen (2012) también menciona que, Julio Cesar creó las Acta diurna populi romani, dando total libertad de expresión, aquí se informaba sobre hechos menores como los incendios, ejecuciones, hechos militares y se describían las fiestas y los juegos.

Roma, ingenio y primeros medios informativos

Ya en Roma la gente comenzaba a leer y escribir, sin embargo, la difusión de mercancías por medio de imágenes que las representaban fue estrategia practicada también por los romanos. Pero hay evidencia de que los letreros con dibujos colocados en los pasillos de los mercados en Roma, no eran utilizados solo para

vender mercancías, pues con base al autor Matías, López (2008) la gente también colocaba anuncios hechos sobre pergamino, con la intención de que la gente ayudara a recuperar a un esclavo fugado.

Álbum

Roma, creó el “álbum” o “alba” que fueron muros pintados de blanco con cal, sobre los cuales, se escribían noticias oficiales utilizando los colores rojo y negro, y cuando se quería escribir otro anuncio, simplemente se volvía a pintar con cal y quedaba listo para el siguiente anuncio.

Matías, López (2008) menciona que los “álbum” se colocaban en paredes de plazas y calles principales para que la mayor gente posible los viera, tenían formas rectangulares pintadas con cal blanca y algunos eran ilustrados con dibujos para que la gente los viera más atractivos.

Enseñas

Además, Matías López (2008) menciona que es inevitable ubicar a las “enseñas” como una de las formas de comunicación y estrategias de publicidad ilustrada más antigua del mundo, en donde las imágenes eran más útiles al momento de ubicar los productos que las escritura, ya que la mayoría de la población era aún analfabeta.

Edad media, la ilustración editorial como único medio de información

Después de que Roma logró expandirse por gran parte del territorio europeo como consecuencia de su desarrollo económico, político y militar, no logró mantener una unión entre sus generales encargados de ciudades a lo largo del Imperio, por lo que

comenzaron a ver conflictos que llevarían al debilitamiento de las fronteras de esta sociedad.

Para la Edad media, desaparecieron todas las prácticas relacionadas con la difusión de información y comercio mediante imágenes que se habían creado en Roma. El motivo fue la caída del Imperio Romano a causa de la invasión bárbara ya que estos destruyeron todos los caminos y puentes que habían construido.

Sin embargo, durante la edad media, la comunicación mediante ilustraciones de dibujos seguiría siendo utilizada pero ahora con tintes religiosos. El autor Guerrero, Leonardo (2016) explica que los copistas eran personas encargadas de realizar la copia de textos religiosos que se comenzaron a escribir durante la Edad media, llamados manuscritos que eran impresos sobre pergaminos en tablillas de madera.

Para mediados del siglo XV, Europa retomaría la ilustración grafica a partir de la impresión xilográfica. Los encargados de realizar las impresiones serían monjes y copistas para complementar textos de libros religiosos y noticias en las primeras hojas noticiosas, ya que la mayoría de la sociedad era aún analfabeta y no comprendían los textos.

Basurto, Sandra (2009) explica que los copistas clericales que hacían los manuscritos, fueron los primeros en crear márgenes, columnas y espacios en la composición del contenido que, hasta nuestros días, continúan vigentes en diversas partes de Occidente. De esta forma aquí durante la edad se puede notar otra influencia de composición para la actual comunicación visual.

Novelle, Laura (2012) explica que uno de los libros mejor ilustrados hechos por copistas fue “El libro de horas”. Este tipo de libro contenía textos con tipografía gótica sobre evangelios que se ilustraban con imágenes de santos, distribuidos según la hora del día y que fueron hechos exclusivamente para miembros de la realeza y altos nobles.

A finales de la edad media el surgimiento de bibliotecas y universidades como Oxford y Cambrich, representaron los comienzos del Renacimiento, periodo histórico que devolvió a Europa estabilidad económica, política y cultural basada en los principios grecorromanos y una nueva reorganización en las formas de comunicar algún mensaje por medio del lenguaje visual.

Renacimiento y resurgimiento de los medios informativos

La creación de universidades a finales del siglo XIV significaría el fin de una era en la que el hombre estuvo sometido por la iglesia en la ignorancia, el miedo y la fe religiosa como formas legítimas, normales y justas para la sociedad europea.

Así llega el Renacimiento, periodo histórico en donde la sociedad después de la Edad media, buscó volver a renacer tomando como referencia las culturas griegas y romanas para forjar un nuevo presente y futuro en cuestiones políticas, culturales, sociales y artísticas.

Como ya se mencionó, el surgimiento de instituciones universitarias determinó la demanda de libros, panfletos y volantes con objetivos noticiosos que informaban descubrimientos de la época.

La demanda era tan grande que los copistas no podían con el trabajo, así que Johannes Gutenberg se las ingenió para satisfacer y solucionar esta situación creando la imprenta.

Johannes Gutenberg creó la imprenta en 1850, misma que sustituyó la reproducción manual mediante xilografías chinas en libros y demás documentos informativos, para reproducirlos con mejor calidad en serie e ilustrarlos con mayor facilidad, utilizando el papel que los Árabes habían traído a Europa desde China siglos atrás, Matías, López (2008).

No obstante, de acuerdo con Rodríguez, Iván (2015) a pesar de que la imprenta nació en 1450, los primeros diarios editados periódicamente y consolidados como medios noticiosos, aparecieron hasta después de 1600 casi un siglo y medio después de su invención.

Desde entonces, pintores, grabadores y escultores aportaron sus habilidades para ilustrar todo tipo de objetos que lo necesitaran. La imprenta además de dar calidad y reproducción a libros, volantes y gacetas, dio origen a los primeros periódicos del mundo, los cuales con base a Basurto, Sandra (2009) lo hicieron sin imágenes porque estaban destinados a las elites, es decir solo personas que sabían leer y que consideraban a las ilustraciones una forma vulgar de información.

Las primeras imágenes que se utilizaron para ilustrar un mensaje por medio de imprenta fueron hechas por personas con habilidades en el arte del dibujo y/o la pintura, las cuales viajaban a las ciudades cercas del mar para escuchar historias y rumores acerca de criaturas y persona de las nuevas tierras descubiertas. A

menudo estas ilustraciones fueron exageradas producto de su imaginación y habilidades para dibujar.

Nacimiento de periódicos ilustrados

El periódico impreso en papel fue uno de los medios de comunicación que más se benefició con el desarrollo de la imprenta desde el siglo XVI, beneficiando el tiraje y la velocidad con que se editaban, además de agregar paulatinamente y regularmente imágenes a los textos para complementarlos.

Sin embargo, de acuerdo con Basurto, Sandra (2009) los primeros periódicos no presentaban ningún tipo de imagen porque culturalmente se consideraban vulgares. De esta forma, en algún momento los periódicos llegaron a ser leídos exclusivamente por las elites porque solo contenían textos mientras que los semanarios ilustrados eran dirigidos hacia el resto de la sociedad que no sabía leer pero que si sabían interpretar imágenes.

Los primeros periódicos nacieron en Europa, gracias a la imprenta y por condiciones sociales que exigían diversas maneras de hacer llegar los acontecimientos relacionados con las guerras, como ejemplo, la guerra de sucesión española. Así de esta forma y con base a Basurto Sandra (2009) el primer periódico del mundo fue el “Daily Courant”, lanzado por Samuel Buckeley en 1702 en Inglaterra.

Pero fue hasta la mitad del siglo XIX fecha en la que comenzaron aparecer otras publicaciones conocidos como semanarios “ilustrados”. Estos semanarios comenzaron a incluir no solo en la primera hoja sino en varias de sus hojas,

imágenes e ilustraciones, quitando exclusividad a los textos y generando periódicos con más ilustraciones.

Basurto, Sandra (2009) menciona que, algunas de las ilustraciones que comenzaron aparecer en diarios fueron los que Charles Duplin creo en 1821, como los cartogramas, que relacionaba a los mapas con la información estadística, mientras que los mapas de flujos fueron desarrollados por Henry Drury Harness.

Basurto, Sandra (2009) menciona que, no obstante, hay datos que comprueban que en 1740 el "Daily Post de Londres", fue uno de los primeros periódicos de la época, que ilustró con un grabado en forma de mapa, la noticia sobre el ataque al almirante ingles Vernon en la entonces ciudad española de Puerto bello en el Caribe, durante el conflicto del tráfico de oro español.

Otro de los primeros periódicos del mundo que utilizó imágenes para ilustrar sus noticias fue el "The Times" que se fundó en el año de 1806, un periódico que era dirigido hacia las familias más ricas del momento. Basurto, Sandra (2009) menciona que en el año de 1806 el diario "The Times" se convirtió en uno de los primeros periódicos ilustrados al publicar el primer grafico en su portada, para explicar cronológicamente un asesinato.

Para 1846 la gran mayoría de la sociedad en Europa aún no sabían leer, por lo tanto no les interesaba adquirir los periódicos. Sin embargo, Basurto, Sandra (2009) explica que fue a partir de esta fecha que comienzan aparecer los diarios con la palabra "ilustrados", pues la intención era que estos medios de comunicación fueran comprendidos por todas las personas que no sabían leer

Para 1885 nacen otros dos de los primeros periódicos considerados de los más importantes, el “City Mercury” y el “Weeky Advertisement”. Fernández, Juan (s/a) explica que ambos periódicos estaban dedicados a las publicaciones de compra y venta de mercancías provenientes principalmente de embarcaciones.

Fernández, Juan (s/a) menciona que en los Estados Unidos afínales del siglo XVIII, también se comenzaron a crear importantes periódicos que hasta nuestros días siguen en circulación, como el “Washington Post” creado en 1877 y “The Wall Street Journal” en 1888.

Del periódico a las revistas

A finales del siglo XIX las condiciones sociales en Europa permitieron la publicación de periódicos pero además los constantes avances tecnológicos condujeron a la experimentación con nuevos materiales que llevó al desarrollo de nuevas publicaciones como las revistas.

El diseño de periódicos durante mucho tiempo y desde su existencia como medios de comunicación, se enfrascó en el mismo proceso de producción sin presentar grandes cambios. De esta manera, las revistas vinieron a representar la ruptura con aquel diseño tradicional que se había mantenido durante mucho tiempo en los primeros libros y periódicos.

Con base a Saucedo, Karina (2006) las revistas surgieron para darle un nuevo aspecto visual a la información periodística que se imprimía en papel, volviéndolas más visuales y comprensibles para un mayor público que no sabía aún leer.

No obstante, las primeras revistas extraían información de libros y periódicos, esto sucedía porque las políticas legales editoriales aún no estaban consolidadas y por ende se permitía el intercambio de información entre medios sin ninguna penalización.

En cuanto al diseño de las páginas de revistas, las retículas eran sencillas con la utilización de tipografías clásicas. Las imágenes comenzaron hacerse con la cámara oscura y posteriormente con la invención de la computadora, se desarrollarían programas especiales para diseño editorial que permitiría crear imágenes de una buena calidad.

Sin embargo, fue hasta comienzos del siglo XX que los editores comenzaron a tomar con seriedad la implicación de tecnología a procesos como la composición y distribución de la información en revistas impresas, ya que, desde la revolución industrial, los editores solo se habían preocupado por los medios de producción y por la manera en que iban hacer distribuidos en la sociedad, esto con base a la autora Saucedo, Karina (2006).

McRae, Shelly (2018) explica que la primera revista como tal, fue “The Gentleman´s Magazine”, publicada en 1731 en Londres Inglaterra por Edward Cave, dicha publicación eran hojas sueltas, dejando atrás el tradicional formato del libro y del periódico que durante mucho tiempo a través de la imprenta se realizó.

McRae, Shelly (2018) también menciona que más tarde surgirían otras publicaciones en formato de revista que serían más económicas como por ejemplo: “American Magazine” publicada por Andrew Bradford en las colonias americanas en 1741 y “General Magazine” por Benjamín Franklin en los EUA. El contenido de estas

primeras revistas provenía de noticias inglesas, sin embargo, a partir del siglo XIX en 1821 surge otra publicación en EUA llamada “Saturday Evening Post”, considerada la primer revista de interés general por la publicación de contenido original y no extraído de otros diarios.

La ley de coreos de 1870 en EUA, permitió que las revistas llegaran a las manos de muchas personas a lo largo de ese país través de medios que implicaban tan solo cinco centavos.

McRae, Shelly (2018) explica que en siglo XX revistas como “Play Boy” y “Cosmopolitan” establecieron el concepto de “nicho”. Tal concepto hace énfasis en la selección de un público más específico para sus contenidos, desde entonces han convivido las publicaciones de interés general y las especializadas.

Transición de la imprenta al ordenador

Desde la invención de la imprenta en el siglo XV por el alemán Johannes Gutenberg, la imprenta tendría un lento pero seguro desarrollo tecnológico que acabaría impactando en todo el universo editorial.

Velduque, María (2011) explica que durante casi 400 años la imprenta no sufría modificaciones importantes. Pero para mediados del siglo XIX, Alois Senefelder originario de Bavaria, inventaría por casualidad la Planografía o Litografía, proceso de impresión de imágenes en blanco y negro que consistía en el mutuo rechazo de agua y grasa, y que más tarde Charles Hulmandel desarrollaría para lograr impresiones a color, esto con base a la autora Basurto, Sandra (2009).

Aunque para 1822, ya se tenía un prototipo de computadora, fue hasta mediados del siglo XX que la línea de ordenadores Macintosh logró desarrollar la primera computadora marcando un antes y un después nuevamente en el campo editorial.

De esta manera, con el paso del tiempo y a medida que la tecnología rebasaba a la imprenta, las herramientas para diseñar y reproducir libros, periódicos y revistas, fueron evolucionando hasta dar origen a la computadora.

Debido a que la imprenta evolucionó por más de un siglo, en la siguiente lista, la autora Velduque, María (2011, p.2) muestra a manera de resumen, los diferentes procesos de composición que la imprenta atravesó hasta llegar al primer software o programas de diseño gráfico:

- 1850. Composición por tipos móviles.
- 1850. Composición mecánica.
- 1850. Composición mecánica, Linotipia.
- 1944. Fotocomposición.
- 1960. Escáneres a color.
- 1980. Composición digital.
- 1990. Primer software de maquetación.

Aunque ya para la mitad del siglo XX se comenzaba a experimentar imágenes digitales a través de la fotocomposición, muchos diseñadores gráficos se animaron a dejar los talleres, láminas, pinceles y acuarelas como método de producción hasta la década de los 80s mientras que otros combinarían sus procesos.

Programas de Diseño gráfico e imágenes

Basurto, Sandra (2009) explica que hasta 1984 apareció en el mundo la primera computadora Macintosh desarrollada por Apple, utilizada entre varias cosas, para diseñar imágenes. Este ordenador lograría facilitar el trabajo a diseñadores convirtiéndose en la herramienta principal para estos profesionistas.

Además de la aparición de la primera computadora, también hubo primeros programas exclusivos para la creación de libros y revistas como, por ejemplo, *Page Marker* de la empresa Aldus, dicho programa consistía en la distribución de texto e imágenes en una misma hoja, proceso que no se había dado anteriormente.

Con el tiempo, la oferta de programas dirigidos a diseñadores e ilustradores ha crecido tan considerablemente que es difícil cuantificarlos individualmente, sin embargo se puede hacer una clasificación partiendo de las funcionalidades que cada uno ofrece.

De esta manera con base a Pérez, Gabriela (s/a) los programas de diseño se pueden dividir en cuatro grupos, dibujo vectorial, dibujo, pintura y edición de fotografías basadas en pixeles, armado de publicaciones y auxiliares.

Programas de dibujo vectorial

Los programas vectoriales permiten crear objetos mediante líneas, y trazos asimétricos y geométricos que se pueden o no agrupar entre sí, además, se les puede aplicar color, textura, grosor de trazo y combinar con fotografías.

Los programas vectoriales se dividen a su vez en programas de diseño gráfico e ilustración, CAD y Modelado 3D.

Los programas vectoriales de diseño gráfico permiten crear objetos geométricos a partir de líneas abiertas o cerradas que se pueden agrupar entre sí combinando sus propiedades visuales. Algunos de los programas vectoriales de Diseño Gráfico más populares y utilizados en el mundo editorial son *Corel Draw, Illustrator e Inkscape*.

Los programas CAD (Diseño asistido por computadora) son utilizados para acotar tiempo en la elaboración de productos haciendo uso de herramientas informáticas al momento de diseñar planos en campos de conocimiento como la arquitectura y el diseño industrial. Algunos de los programas más usados son *Autocad* de Autodesk pero hay otros gratuitos como *CADEMIA, NttCAD, ARCHIMEDES, BRICSCAD* y *QCad.*

Finalmente, los programas de Modelado 3D son aquellos que se utilizan para manipular objetos como si tuvieran volumen, se pueden desplazar, rotar, acercar o alejar, añadir texturas y sombras. Los resultados de estos objetos son de apariencia casi real debido a los procesos matemáticos que se utilizan en su desarrollo. Algunos programas más utilizados son 3D Studio Max, Lighwave y Maya, sin embargo también hay gratuitos como *Blender.*

Programas de Dibujo, pintura y edición de fotografías basadas en pixeles

Este tipo de programas definen una imagen a partir de pixeles, entre más pixeles tenga una imagen mejor será la apariencia de la imagen también llamada resolución. Algunos de los programas que se utilizan para crear o manipular imágenes en pixeles son Photoshop, Corel Photoshop y Fireworks, mientras que gratuito esta GIMP.

Programas de Armado de publicaciones

Este otro tipo de programas son utilizados especialmente para crear publicaciones como revistas, periódicos, libros, folletos entre otros. Lo que hace especial a este tipo de programas es que permiten acomodar en una misma hoja texto, imagen y fotografía, manipulando colores, texturas, tamaños, grosores de trazado, figuras etc. Algunos de los programas más utilizados son InDesign y Quar Xpress y como gratuito Scribus.

Programas Auxiliares

Este tipo de programas tienen la finalidad de complementar en detalles a los programas antes mencionados en situaciones de tipografía, gráficos, trazado y generador de fractales. Algunos de los programas más conocidos para complementar detalles son Picasa para gráficos, Adobe Type Manager y Fonter para tipografías, para trazados Adobe Streamline o Corel Trace y para generadores de fractales, Swish.

La revista y las primeras publicaciones en México

De acuerdo con García, Claudia (2010), con la llegada de la primera imprenta a México durante la Nueva España, en el siglo XVI, se comenzaron a hacer volantes también conocidas como hojas sueltas, documentos que informaban las noticias más relevantes de la zona. Entre los escritores que figuraron durante esta primera etapa noticiosa en México, fueron Carlos Sigüenza y Góngora, literato, investigador y científico mexicano, considerado como el precursor del periodismo en México.

Sin embargo, estás primeras publicaciones, salían al público solo cuando eran muy importantes, por lo que fue hasta 1693 que aparecería “El Mercurio Volante”, la primera publicación periódica con fines informativos escrita por Carlos Sigüenza y Góngora.

El primer periódico oficial de México fue la “Gaceta de México”, publicado en 1722, contenía 4 páginas a doble cara, tenía varias secciones que informaban sobre asuntos sociales, religiosos y marítimos.

Más tarde y de acuerdo con García, Claudia (2010), la “Revista Azul”, “Revista Moderna” y “Revista Moderna de México” serían las primeras revistas en México, contenían diversos textos de grandes autores como Ignacio Ramírez y Justo Sierra, todas publicadas a finales del siglo XVIII a partir de 1876.

Durante la primera parte del siglo XX, la mayoría de las publicaciones de revistas estaban enfocadas en hacer difusión cultural de México, ya que las pocas editoriales que existían eran del gobierno mexicano.

A mediados del siglo XX, con la aparición del internet y el desarrollo tecnológico aplicado a la industria editorial, las revistas de diversas temáticas, comenzaron a popularizarse en México, definiendo sus contenidos para públicos más específicos a partir de estudios de mercado que permitieran saber sus intereses y necesidades para mejorar la calidad del contenido.

1.3 Contexto actual: Gestión y promoción del diseño y la comunicación visual en México

A continuación, se identificará y describirá a modo de contexto, algunos de los eventos más importantes que están promoviendo e incentivando proyectos dentro del diseño editorial y la comunicación visual en México. Cabe mencionar que algunos eventos, no están enfocadas exclusivamente en la creación de portadas de revistas, sino en otras áreas del diseño, que también utilizan a la comunicación visual y sus elementos de representación gráfica como principal proceso de producción en trabajos de artistas mexicanos e internacionales, impactando económico y culturalmente.

Esquema que muestra las áreas donde el lenguaje visual ha impactado positivamente

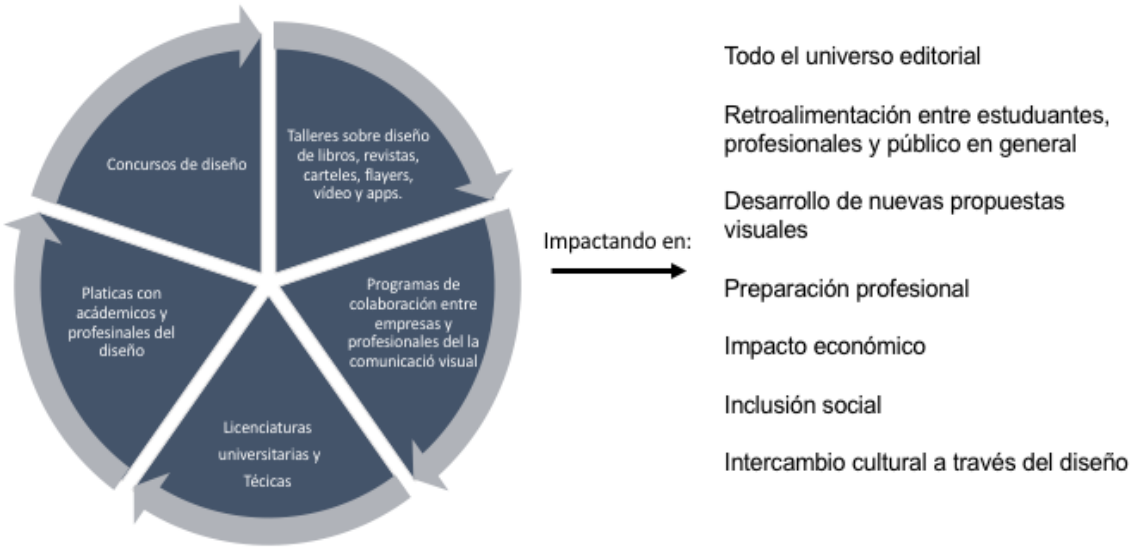


Figura 1.3. Elaboración propia

En primer lugar y de manera empírica, es posible observar que, por toda la Ciudad de México, existen diversos lugares de exhibición y venta de revistas, todas con diseños de portadas llamativas y hechas a partir de diferentes técnicas. Algunas de

las revistas que se pueden encontrar en estos lugares son: TVyNovelas, Vanidades, Chilango, Gato Pardo, Palabrijes, Km Cero, Sónica, Picnic entre otras. Los principales lugares de exhibición y venta se encuentran en puestos de periódicos, centros culturales y algunos centros comerciales.

Estas publicaciones están colocadas sobre las paredes de los puestos de periódicos y en muebles de madera, algunos cuentan con iluminación por medio de lámparas para verlas con una mayor claridad, de manera que sus portadas queden a la vista del público y logren identificarlas y captar la atención de los lectores.

En cuanto al diseño, revistas como Tv y novelas, Vanidades y Gato Pardo, utilizan portadas a través de una composición minimalista que incluye fotografías y texto, mientras que Chilango, Palabrijes y Picnic se inclinan por composiciones a partir de ilustraciones digitales con poco texto, pero una gran cantidad objetos y colores.

Otro tipo de publicaciones que dependen de su diseño visual para hacer llegar algún tipo de información a los lectores son los carteles. Los carteles son productos comunicativos que pueden estar diseñados con diversas técnicas utilizando el lenguaje visual. Su principal objetivo, es promocionar el programa de una conferencia, una exposición, algún taller, servicio o producto. Aquí en la Ciudad de México, generalmente son usados casi en todos lados, por ejemplo: existen diversas instituciones culturales, como el Centro Cultural España, Teatros, Cines, Bibliotecas multiculturales como la Vasconcelos, restaurantes, farmacias, algunos oficios como barberías y talleres automotrices.

Por otro lado, el tema del diseño y la ilustración gráfica, también demanda espacios para su divulgación aprendizaje y retroalimentación, es por ello que constantemente

se están organizando foros nacionales e internacionales con la participación de profesionales, profesores, estudiantes y público interesado en el diseño aplicado a libros, revistas, carteles, apps, páginas web y cine.

En México, desde hace 10 años al día de hoy, se han incrementado los eventos en donde se reconoce la calidad de los trabajos llevados a cabo por artistas nacionales e internacionales, además de posicionar el diseño como una actividad que impacta económicamente por medios de agencias mexicanas con proyección internacional y que a continuación se mencionan:

Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL)

La Feria Internacional del Libro de Guadalajara, está considerada como el segundo evento más grande a nivel mundial dentro de la industria editorial. Esta organizada por la Universidad de Guadalajara desde 1987 con el objetivo de promocionar todo lo que concierne al proceso de los libros y las revistas principalmente.

El programa está conformado por conversatorios, talleres, exposiciones, conciertos y proyecciones audiovisuales sobre diferentes procesos editoriales que van desde el diseño de muebles y stand para libros y revistas hasta propuestas de diseño e ilustración en diversos productos comunicativos, tanto digitales como impresos.

Además de promocionar el diseño, también se da a conocer el trabajo de escritores reconocidos y emergentes con fin de conocer las tendencias de la literatura en México y en otras partes del mundo, debido a que se invita a un país diferente cada año.

Foro Internacional de Diseño (FIDE)

El foro Internacional de Diseño es organizado por la Universidad Anáhuac durante la Feria Internacional de Libro de Guadalajara en México. Este foro representa un espacio de difusión para profesionales, estudiantes y personas interesadas en temas de diseño y composición de libros y revistas.

Algunos de los temas más recurrentes dentro del foro, están estrechamente vinculados con nuevas propuestas para diseñar libros y revistas por medio de técnicas no tradicionales, manteniendo calidad visual y claridad comunicativa. Otro de los temas tocados son el alcance e impacto del lettering, es decir, el desarrollo de letras para comunicar mensajes y/o complementar ilustraciones gráficas en productos comunicativos, tanto digitales como impresos.

El foro está conformado por profesores y profesionales con experiencia en diversas áreas dentro del diseño, como, por ejemplo: ilustración gráfica, composición editorial, fotografía periodística, curaduría de imágenes y diseño y composición de paletas de colores.

Bienal Nacional del Diseño

El Instituto Nacional del emprendedor (INADEM) junto con el INBA (Instituto Nacional de Bellas Artes) y la Escuela de Diseño, crearon a partir del 2001, la Bienal Nacional del Diseño para reconocer la importancia de esta profesión en el ámbito económico, cultural y artístico, desde entonces, año con año se realiza con gran éxito.

Dentro de la Bienal Nacional del Diseño participan instituciones de gran relevancia que aceptan la importancia del diseño editorial, como la Secretaria de Hacienda y Crédito Público y la Secretaria de economía.

Primera bienal de Ilustración en México

En la ciudad de México a partir del año 2018, cada año se ha llevado cabo la primer bienal Ilustración organizado por PICTOLINE MEDIA SAPI DE CV con la intención de premiar el trabajo destacado de ilustradores gráficos mexicanos y extranjeros, siempre y cuando tengan más de tres meses de estancia en el país.

Con base a la página oficial de la Primer Bienal lustración en México, las categorías en la que los participantes pueden participar en este evento son impreso y digital en la que los participantes tienen la oportunidad de inscribir solo un trabajo, el cual no haya sido ganador en algún otro concurso anterior.

En la categoría física, los trabajos que pueden participar son todos aquellos en formato bidimensional como pinturas, dibujos, historietas, caricaturas, obras de arte aplicado, impresión digital, serigrafía, acuarela, acrílico y otras que estén hechas en formato plano.

En la categoría digital, los trabajos que se pueden registrar son todos aquellos que durante su producción o exhibición se utilizan elementos digitales como los *Gif, interactive motión*, 360, realidad aumentada entre otras.

Bienal Internacional del cartel en México

Ante la clara incursión de nuevas técnicas y nuevos materiales que brindan las nuevas tecnologías y un gran número de personas dedicadas al diseño gráfico, la

Bienal Internacional del cartel en México promueve el diseño en la publicidad y en temas políticos- sociales, mismos que impactan en la cultura visual del país.

Con base a la página oficial de La Bienal Internacional del cartel en México (BICM) este evento además de llevarse a cabo en México también es realizado en los demás continentes, colocándose como uno de los eventos de prestigio dentro del diseño y la ilustración a nivel internacional.

Las categorías en que los participantes pueden registrar sus trabajos son cartel cultural, social, ecológico, socioeconómico y comercial. Los participantes pueden ser cualquier persona sin importar la nacionalidad, edad ni profesión.

Algunos de los patrocinadores más importantes son Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Universidad Autónoma de México (UNAM), Secretaria de Relaciones Exteriores (SER), Secretaria de Cultura, Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) y Museo Franz Mayer entre otros.

Feria del libro del Valle de Bravo

La Feria del Libro del Valle de Bravo, es un espacio dedicado en difundir el quehacer del diseño editorial, promocionar a escritores y diseñadores locales e internacionales y concientizar al público local sobre su importancia e impacto cultural y económico.

La oferta cultural de este evento, son conversatorios con diseñadores, escritores y profesores locales y foráneos dedicados al arte y diseño de libros y revistas además de talleres, danzas y música que amenizan el espacio cultural.

Abierto Mexicano de Diseño

El Abierto Mexicano de Diseño, es un foro internacional dedicado a promocionar el diseño como una forma de transformación de espacios públicos, aplicando propuestas colaborativas desde múltiples disciplinas como el diseño de interiores, el diseño gráfico y la arquitectura. El foro cuenta con el apoyo de COMEX, empresa mexicana dedicada a la venta de pinturas para cualquier tipo de superficie y material de construcción.

Algunas de las actividades que lleva a cabo este foro, son conversatorios con artistas visuales, arquitectos y diseñadores profesionales de talla nacional e internacional y exposiciones y talleres con el propósito de concientizar al público sobre el impacto del diseño aplicado a espacios públicos.

Picnic Arts Media

Picnic Arts Media es un foro internacional creado en 1993 por la revista mexicana Picnic en la Ciudad de México. El propósito de este espacio es promocionar y difundir el talento creativo de diseñadores e ilustradores visuales nacionales y extranjeros en el desarrollo de empresas y productos enfocados a la comunicación visual en general.

Gracias a este evento organizado por Picnic, se ha propuesto diversas técnicas y metodologías de producción que han dejado tendencia dentro de la industria nacional del diseño, proyectando empresas mexicanas a nivel mundial.

Algunas de las principales disciplinas que se abordan año con año en este evento son ilustración gráfica, diseño, gestión cultural, cine, animación, *branding* y

muralismo, sectores que hoy en día están teniendo un gran impacto en el público joven.

Centro Cultural de España (CCMx)

El Centro Cultural de España- México, está ubicado sobre la calle de Donceles en el Centro Histórico de la ciudad de México. Este inmueble resguarda uno de los recintos culturales más importantes dentro de la escena intercultural tanto de España como de México y aunque no es un espacio dedicado exclusivamente para el diseño, desde el año 2011 constantemente tiene programas donde se incluye temas de ilustración digital, la forma, el diseño, tecnología virtual y comunicación digital.

Este centro cultural cuenta con espacios para exposiciones, un auditorio para conversatorios y conferencias, salas de proyecciones audiovisuales, una biblioteca enfocada en disciplinas como diseño, ilustración, cine, música, teatro y cibernética y una variada cantidad de diseño de *flayers*, carteles, postales, separadores y algunas publicaciones independientes gratuitas.

Gran Salón México

Gran salón México, es un foro enfocado en posicionar en México, la ilustración gráfica como una forma de expresión artística más importante dentro del diseño editorial. Este foro se lleva a cabo durante la Feria Internacional del libro del Zócalo llevada a cabo en la Ciudad de México.

Mediante charlas y experiencias de diseñadores e ilustradores nacionales, se propone al público, metodologías y técnicas que ayuden a aprovechar las

posibilidades comunicativas de la ilustración en libros y revistas de cualquier temática.

Enseñanza profesional en instituciones de nivel superior en México

En México, debido a las tendencias de consumo, la comunicación visual es una de las disciplinas que mayor auge están teniendo en el ámbito educativo. Su aplicación a productos no solo de revistas, sino de cualquier producto consumible impreso o digital, requiere de habilidades y conocimientos específicos que las Instituciones de nivel superior como la UACM, UNAM, UAM y UAEM entre otras, incluyen en sus planes de estudio dentro sus licenciaturas a fines al diseño y la comunicación.

Algunas de las materias relevantes para el diseño de portadas de revistas son: Producción Editorial, en la UACM, Color y Composición en la UNAM, Diseño de Mensajes ícónicos en UAM e Ilustración Vectorial en UAEM. No obstante, cada institución cuenta con planes de estudio que se conforman por un gran número de materias que se adaptan y se relacionan en función a las necesidades comunicativas de diversos sectores del país.

En Guadalajara con base a la página oficial (Design-fest 2018) a partir del 2007, se ha llevado acabo el Festival Internacional de Diseño que reúne a varios profesionistas diseñadores del mundo con el fin de intercambiar experiencias que ayuden a incentivar la creatividad en jóvenes de esta profesión.

El Festival Internacional del Diseño tiene categorías como tipografía, ilustración, diseño industrial, animación y diseño de videojuegos, *branding*, moda y cartel. Año

con año, este festival logra reunir más de 18 mil asistentes ansiosos de aprender más sobre cómo realizar proyectos creativos e innovadores.

Industria de la moda (La ilustración hibrida)

En México, el campo de la moda también es idóneo para realizar ilustraciones gráficas, por ello, hoy existen varios diseñadores de moda con presencia internacional que están aportando grandes diseños a partir de la combinación de ilustración tradicional con la digital, logrando imágenes hibridas de gran calidad.

Con base a la revista digital Picnic (2016) Pamela Loredo a través de sus estilo *girly*, ha logrado aportar a la moda mexicana desarrollar diseños para las colecciones de otoño-invierno 2016 en colaboración con otras diseñadoras mexicanas.

Otro de los diseñadores de moda que usan técnicas tradicionales con digitales para ilustrar dentro del mundo de la moda es Floresvillar, Leonardo quien hace uso de acuarelas con tonos pálidos y contrastes en pieles blancas.

En el ámbito internacional la mexicana Jessica Durrant y Meagan Morrison también han destacado por sus técnicas en acuarela. Cabe destacar que Morrison ha trabajado para Vogue Rusia, HyM, Vanity Fair y Glamour.

Revista anual de Investigación experimental sobre ilustración y diseño (EME)

El tiempo pasa y la ilustración tradicional va adaptándose al contexto de las nuevas tecnologías hasta crear nuevas tendencias en este campo profesional. Por ello, en el 2011 en valencia, se creó la revista EME con el objetivo de analizar la evolución de la ilustración y el diseño local y global.

Con base a la página de internet adcv.com de la Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana, la revista EME es un proyecto de la Universidad Politécnica de Valencia y pretende ser una publicación anual. La revista cuenta con personalidades internacionales en el diseño y la ilustración como por ejemplo Víctor Margolin y Raquel Peralta.

Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales (Cataluña)

Cataluña también ha sido escenario para el desarrollo del diseño visual, allí se creó la Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales (FADIP) integrada por la Asociación de Ilustradores de Cataluña (APIC) Galicia (AGPI) y Madrid (APIM) con el objetivo de analizar los retos que implican las tecnologías en la profesión de la ilustración en libros y revistas.

Con base a la página oficial de la federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales www.fadip.org (FADIP) en 2008, se llevó a cabo un informe de estadístico sobre los retos que debe enfrentar la ilustración grafica en el contexto de las nuevas tecnologías llamado Observatorio de la ilustración Gráfica.

Bien, ahora que ya se ha revisado diversos trabajos y eventos relacionados con el tema del lenguaje visual en revistas impresas y digitales a través del estado del arte, antecedentes y contexto, es momento de aterrizar el objeto de investigación y como se analizará.

1.4 Objeto de estudio

Como ya se dejó claro en líneas anteriores, la portada de una revista es el elemento más importante de estos productos comunicativos, por lo tanto, su desarrollo implica

todo un proceso minucioso y creativo que va más allá de colocar imágenes y texto al azar, de lo contrario, el resultado puede ser el no esperado. Es por ello, que una portada de revista además de ser un elemento de contemplación visual, también presenta una estructura de reglas de composición que permite integrar aquellos elementos de representación gráfica para una lectura de un mensaje claro y con sentido.

Por lo tanto, el objeto de estudio de esta investigación, consiste en identificar aquellas reglas de composición que permiten articular los diferentes elementos de representación gráfica en las portadas de la revista Picnic y para lograr identificarlas se han desarrollado las siguientes preguntas de investigación:

1.5 Pregunta general de Investigación

- ¿Cuáles son las reglas del lenguaje visual que determinan una composición gráfica para establecer un mensaje con claridad y sentido en las portadas de la revista Picnic?

1.6 Preguntas particulares de investigación

- ¿Cuáles son los elementos del lenguaje visual presentes en las portadas de la revista Picnic?
- ¿De qué forma, el diseño y el contenido determinan los elementos del lenguaje visual que aparecen en una portada de la revista Picnic?
- ¿Cómo se conceptualiza una narrativa visual a partir del lenguaje visual en una portada de la revista Picnic?

1.7 Objetivo general

- Identificar las reglas del lenguaje visual que determinan una composición visual para establecer un mensaje con claridad y sentido en las portadas de la revista Picnic.

1.8 Objetivos particulares

- Identificar los elementos del lenguaje visual
- Conocer de qué forma el diseño y el contenido, determinan los elementos que aparecen en las portadas de la revista Picnic
- Explicar cómo se puede conceptualizar una narrativa visual para construir un mensaje en las portadas de la revista Picnic.

1.9 Justificación desde la comunicación y la cultura

La pertinencia de trabajar el tema de la comunicación visual de las portadas de una revista desde la Comunicación y la Cultura, recae en un primer momento, en identificar, conocer y articular a nivel producción, cada uno de los elementos de representación gráfica para desarrollar una comunicación fácil de interpretar entre diseño y lector.

En segundo momento, también es importante aceptar y concebir a las revistas como uno de los productos comunicativos que ha ido evolucionando de manera rápida en los últimos 10 años adaptándose a las tendencias de consumo a través de un diseño flexible y vanguardista que se debe planear a priori antes de llegar al lector.

También se pretende contribuir a la concientización de la importancia que tiene el equilibrio y composición de los diferentes elementos del lenguaje visual a la hora de

establecer signos visuales que motiven a una lectura y al consumo de este importante medio sin importar si lo hacen digitalmente o impreso.

Finalmente, pero no menos importante, la vinculación entre diseño, comunicación y cultura, permite establecer las características de diseño visual de una revista por medio de gustos, conocimientos, estereotipos, motivaciones y necesidades del lector target convirtiendo a la revista en el reflejo de la cultura.

Capítulo 2.

Contenido contenedor: Elementos que forman parte de la estructura en una revista

La finalidad de este apartado es conocer la estructura compositiva de una revista para identificar cómo se clasifica una revista, que tipo de información contiene las páginas internas y conocer cómo el contenido general de la revista determina el diseño y la comunicación de su portada.

2.1 ¿Qué es una revista?

En la actualidad existen diversas propuestas acerca de que es una revista, por lo que se revisará solo dos definiciones, que articuladas, permiten tener una definición más concreta de la naturaleza de estas publicaciones.

Etimológicamente, la palabra revista, proviene del latín “revidere”, que significa volver a ver, repasar o examinar de nuevo. Por otro lado, la Real Academia Española, explica que el término “revista” hace alusión a una publicación atemporal periódica que contiene en un mismo número, diversos textos e imágenes sobre uno o varios temas.

Ahora bien, las publicaciones de acuerdo a las Normas Técnicas de Control de las Revistas (2010) son compendios de hojas con información alojadas en un soporte digital o impreso, publicadas principalmente por periodos que van por semana, quincena, mes y año.

Por su valor económico, existen dos tipos de publicaciones, las comerciales, que tienen un precio sugerido al público y las no comerciales, que son gratuitas y distribuidas generalmente en centros culturales y bibliotecas.

Las publicaciones comerciales, generalmente abordan temas relacionados con el mundo del espectáculo, la moda, autos, gastronomía, tecnología y deportes. Por otro lado, las publicaciones gratuitas, se enfocan más en temas educativos y culturales, como las expresiones visuales, la música y la preservación de espacios públicos.

Por lo tanto, la revista como producto comunicativo, es una publicación periódica que se compone por cierto número de hojas que puede estar en formato impreso o digital y que contiene información sobre múltiples temas a partir de diversos géneros literarios como lo es la noticia, ensayo, artículo, crónica, reportaje y entrevista principalmente, posicionándose como uno de los medios de comunicación más importantes dentro de la industria editorial en el mundo.

El contenido que pueden tener este tipo de publicaciones, tiene una función periodística que suele ser atemporal, es decir, puede hablar sobre temas del pasado, futuro y presente con la intención de informar, criticar, describir, persuadir y entretener a los lectores.

La revista a diferencia del periódico tradicional, suele ser de diferentes tamaños y de mejores materiales que se adaptan a las exigencias de su contenido y necesidades de los lectores.

Objetivo de una revista

Sin adentrarnos todavía en una clasificación estricta por temática, la revista al igual que los periódicos, tiene el objetivo de informar, entretener y divulgar información sobre los temas que interesan a los lectores.

Así mismo, Navarro Angélica (2014) explica que las revistas tienen la función de mantener informado al lector a través de artículos de investigación, análisis y entrevistas con especialistas complementadas con diversos recursos gráficos, como, por ejemplo: gráficas informativas, infografías, ilustraciones, fotografías y mapas.

A diferencia de los periódicos, estas publicaciones aprovechan su periodicidad y el gran número de páginas, para abordar los temas con mayor detalle, llegando en ocasiones, a combinar en una misma noticia, diferentes géneros periodísticos para enriquecer los contenidos dirigidos a los lectores.

La revista, para llegar a ser un medio de comunicación como hoy lo conocemos, pasó por una serie de procesos que se pueden ubicar en dos fases: la fase de desarrollo y la fase de consolidación.

La fase de desarrollo, abarca diversos procesos aislados que va desde la aparición de las primeras imágenes, pasando por la invención de la escritura y más tarde de la imprenta, hechos que, con el tiempo, se fueron relacionando para que finalmente se creara la revista, y la fase de consolidación, que se caracteriza por los constantes experimentos que ha sufrido la revista con la ayuda de computadoras y programas de diseño editorial que la han consolidado como un medio de comunicación.

2.2 Clasificación de una revista

La clasificación de una revista está relacionada con el tipo de información que contienen, por ejemplo, estás pueden ser informativas, de entretenimiento, divulgación y especializadas en temas específicos, permitiendo a los lectores poder ubicarlas con mayor facilidad.

Cuadro que muestra la clasificación de las revistas



Figura 2.1. Elaboración propia

Revista informativa

Generalmente este tipo de publicaciones tienen el objetivo de mantener informado a los lectores sobre hechos que le son comunes con respecto a la población y la localidad en donde viven. Su mayor característica, es que son publicaciones actuales y con un tratamiento serio.

Revista de entretenimiento

Estas revistas también llamadas de óseo, suelen tener mayor demanda por los lectores, ya que ofrecen en una misma publicación diferentes temas que sueñen ser de su interés. Este tipo de revistas van dirigidas principalmente al público juvenil, ya que los temas que aborda este tipo de publicaciones son de espectáculos, música, salud, tecnología, gastronomía, turismo, arte, y moda.

Revista cultural o de divulgación

Este tipo de publicaciones, tienen el propósito de abordar temas que estimulen el desarrollo sociocultural que impacten de manera positiva en el entramado social, laboral y familiar. Su público meta, puede ser cualquier persona de cualquier género interesadas en las humanidades.

Revista especializada

Son publicaciones que ofrecen principalmente artículos y ensayos en donde su veracidad es sostenida a partir de investigaciones científicas. Regularmente este tipo de publicaciones son creadas por instituciones educativas y/o gubernamentales. Su público meta, regularmente son académicos y estudiantes de alguna profesión.

Ahora bien, dependiendo del tipo de revista que se trate, el diseño también se ve condicionado, ya que pueden ser muy creativas combinando texto, imágenes y colores o manteniendo un estilo conservador de pocos recursos visuales. A continuación, se muestran algunos ejemplos de ello.

Por otro lado, de acuerdo a las Normas Técnicas de Control de Publicaciones (2015), la clasificación de una publicación está determinada por su periodicidad el tiempo, el público meta al que va dirigida y por su temática.

Periodicidad

La periodicidad es el tiempo en que tarda en editarse y salir al público, comúnmente, la periodicidad más frecuente para las revistas suele ser semanal, quincenal, mensual y bimestral.

Público meta

El Público meta, es el segmento de lectores al que va dirigida una revista, este segmento se determina a partir de un estudio de mercadeo en donde se identifica edad, género, gustos y hábitos de los lectores.

Temática

La temática, son los temas que la revista contiene a través de diversos géneros periodísticos y que van dirigidos a sus lectores. La temática de las revistas es muy variada y está determinada a su vez por el público meta. Existen revistas que abordan varios temas en una sola publicación, y otras que está dirigidas hacia públicos específicos con temas especializados, algunas de las temáticas que se pueden encontrar son: política, deportes, videojuegos, espectáculos, tecnología, moda, turismo, gastronomía, eróticas, arte y música.

Elementos que determinan la clasificación de una revista



Figura 2.2. Elaboración propia

Es oportuno aclarar que, para el caso de las temáticas de una revista, su clasificación puede variar para tener una mejor segmentación de sus lectores en relación a los contenidos, por ejemplo, la autora García Claudia (2010) menciona que existen revistas especializadas y generales cuyos temas están mejor ubicados.

2.3 Elementos exteriores e interiores de una revista

Páginas exteriores

De acuerdo con Mancillas Adriana (2018) recibe el nombre de páginas interiores y exteriores, la disposición de la información que contiene una revista. Por lo general, los exteriores son las cubiertas que protegen las páginas dentro de la publicación, suelen ser de mejor calidad y de mayor grosor para brindar protección al resto de páginas interiores y tienen la función de brindar información a manera de presentación. En cambio, las interiores, son las hojas del interior en donde va la mayoría de la información, suelen ser de menor calidad y grosor que las exteriores.

Cuadro que muestra la estructura exterior de una revista

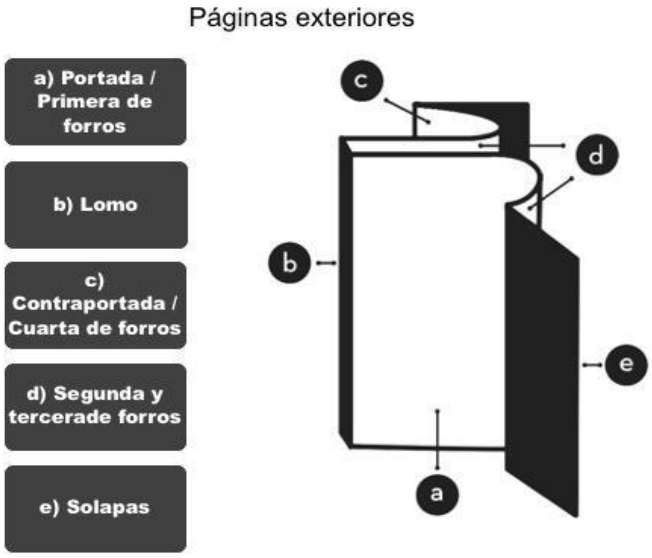


Figura 2.3. Elaboración propia

Portada o primera de forros

La primera de forros o también portada, es la parte más importante de la revista, contiene todos los generales de la publicación, se combinan varios sistemas de lenguajes que dan identidad a la publicación y por lo regular se encuentra visible. Su objetivo es despertar el interés de los lectores a partir de un diseño atractivo visualmente, ya que competirá con otras revistas en el lugar donde se encuentre exhibida. Los datos generales de la publicación son:

A) Logotipo. Es el nombre de la revista y puede estar representado con tipografías originales o decorativas, suele ser de gran tamaño, debe estar colocado en la parte superior y puede contener algún eslogan que represente las ideas de la revista.

B) Periodicidad. Se trata de la fecha de publicación, hay revistas que se publican semanal, quincenal, mensual y bimestralmente.

C) Número. Se trata del número de la publicación, en otras palabras, representa el número de veces que se publicado dicha revista.

D) Precio. Existen dos tipos de revistas, las comerciales y las gratuitas. En el caso de las revistas comerciales, el precio es lo que el lector deberá pagar por adquirir la publicación, mientras que las gratuitas no tienen precio y suelen ser culturales o didácticas.

E) Código de barras. Nos indica el número de la publicación y la serie del producto, por lo general viene en las esquinas inferiores izquierda y derecha.

F) Imagen. Las imágenes de portada pueden ser fotografías o ilustraciones que representan el contenido de la publicación. Están construidas a partir de elementos de representación gráfica como son los colores, las texturas, la saturación, y el tamaño. (Existen diferentes tipos de portada dependiendo el tipo de información que se contenga

G) Artículo principal. Se trata del texto de mayor importancia de la publicación, es de mayor extensión y frecuentemente es sobre un acontecimiento actual, histórico o de interés para la línea editorial.

Lomo

Algunas veces el lomo suele ser descuidado por que no todas las revistas dedican información a esta parte, sin embargo, las que si lo lleven, su función es brindar datos de identificación que permitirá identificarla entre otras publicaciones.

Contraportada o cuarta de forros

Su objetivo suele variar, sin embargo, suele mostrar publicidad relevante y en algunas ocasiones muestra una breve reseña de los contenidos que se encontraran en sus interiores.

Segunda de forros

Esta parte se encuentra al reverso de la primera de forros, y generalmente en las revistas está destinada para cualquier tipo de publicidad y en ocasiones avisos oficiales de alguna institución gubernamental.

Tercera de forros

La tercera de forros, se encuentra al final de la revista en la contracara de la última página interior, su función al igual de la segunda de forros, es ser un espacio dedicado a la publicación de publicidades, pero de menor importancia.

2.4 Páginas interiores

Las páginas interiores son las páginas que contienen el contenido de la revista. En ellas se encuentran los datos legales de la revista, por ejemplo, editorial, carta del autor, domicilio de las oficinas de la revista, el índice, los diversos textos, imágenes, fotografías, gráficas, las diferentes secciones y publicidades.

Cuadro que muestra la estructura interna de una revista

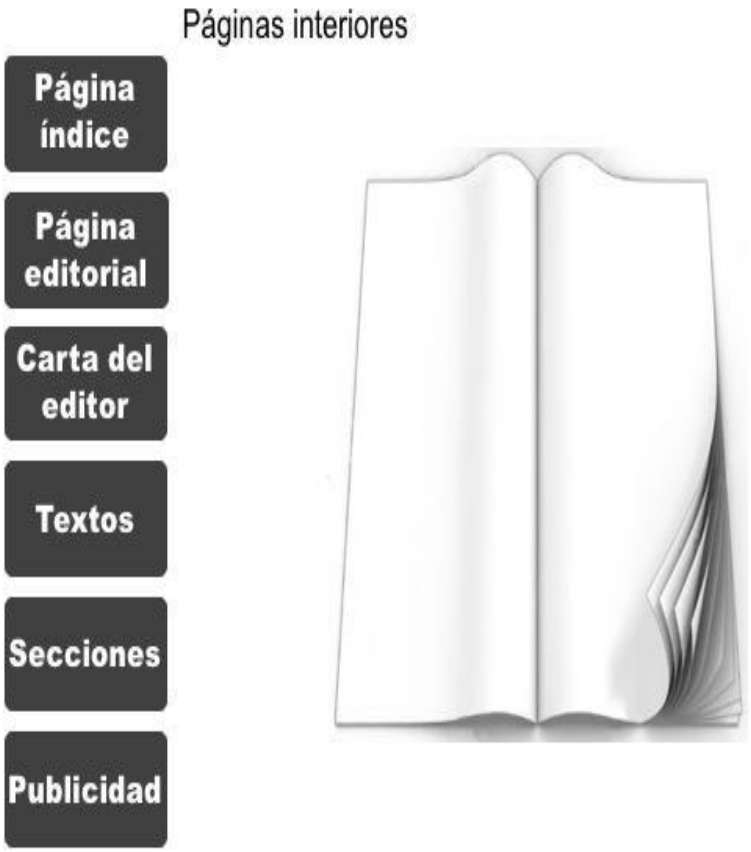


Figura 2.4. Elaboración propia

Página índice

La página índice, muestra a manera de guía, en qué número de página se encuentra cada uno de los diversos contenidos de la publicación, su diseño varía dependiendo del estilo de la revista, y por lo general en cada número, se encuentra en las primeras páginas de la revista en la misma hoja.

Página editorial

La página editorial es redactada por el editor de la publicación, describe una postura ideológica con respecto algún tema de actualidad en la pueden estar incluidas la o las fotografías de quien la escribe o ser anónimas ya que representan a todo el medio.

Carta del editor

Muestra un breve mensaje dirigido a los lectores que define la postura del equipo de la revista con relación al tema central de la publicación, generalmente está firmado por el editor y está ubicado en las primeras páginas.

Contenido

Se trata de los diferentes géneros periodísticos que se mostrarán en la publicación. Dependiendo del tipo de revista que se trate, los géneros pueden ser informativos y de opinión:

1. Informativos: noticias, crónicas, ensayos y artículos
2. Opinión: columnas de opinión, poemas, cuentos cortos, entrevistas y foto reportajes.

Secciones

Peña Tabatha (2017) explica que las secciones son divisiones temáticas que la revista utiliza para ordenar sus diferentes artículos y/o contenido, suelen ser permanentes y dependiendo de la temática de la revista, cada sección estará diseñada en función de su contenido sin que esto rompa con la unidad grafica de la publicación.

Anuncios publicitarios

Solo aparecen en las revistas comerciales desempeñando un papel muy importante, ya que son empresas o instituciones públicas o privadas que destinan la mayor parte de los ingresos que obtiene este medio de comunicación. Su aparición puede influir en la manera que se presenta el contenido y el lugar en que principalmente se encuentran son la contraportada y en la parte media de la revista.

2.5 Clasificación de portadas de revistas

Cómo ya lo hemos dicho anteriormente, conceptualizar gráficamente un mensaje en una portada de revista, involucra un gran esfuerzo creativo y técnico, que debe corresponder a las necesidades y objetivos de cada publicación. Para entender mejor este proceso, a continuación, se explica los diferentes tipos de portada que se pueden encontrar y a partir de ella, entender cómo se construye una ilustración que trasmita un mensaje y sentido.

De acuerdo a Cahuex Ana (2014) las portadas de una revista son el elemento estructural más importante de una revista ya que es desde allí donde se propone un concepto narrativo visual que agrade a los lectores. Sin embargo, representar narrativas visuales en las portadas no siempre se realiza de la misma forma, ya que existen tres tipos de portadas que condicionan la manera de ilustrar, las figurativas, las abstractas y las textuales.

Portadas figurativas

Este tipo de portadas se caracterizan principalmente por contener imágenes claramente identificables con el tema principal de la publicación. No obstante, hay publicaciones que juegan con los elementos para crear narrativas originales más

allá de lo tradicional, pero siempre conservando la relación de identificación. El empleo de este tipo de imágenes está orientado a publicaciones relacionadas con la moda, la ciencia, arquitectura y política.

Portadas abstractas

Lo que distingue a este tipo de portadas, son su gran libertad de diseño, suelen contener imágenes de objetos con características físicas sobre exageradas que no corresponden a la realidad. Son portadas que están reservadas para suplementos y/o para publicaciones relacionadas con temas de arte, música, fotografía, videojuegos y temas de divulgación.

Portadas textuales

Las portadas textuales son aquellas en donde el texto funge como imagen a manera de ilustración. Usualmente este tipo de portadas, permiten el uso de diferentes familias tipográficas experimentando posición, tamaño y color.

2.6 Géneros de la ilustración gráfica para una portada de revista

Todas las ilustraciones gráficas utilizadas en las portadas de las revistas, están diseñadas intencionalmente para ilustrar o acompañar un texto, sin embargo, conocer de qué forma se puede conceptualizar dicha ilustración, ayudará a que la intención del texto, es decir, el mensaje, sea contundente y no quede en la ambigüedad del lector.

Cahuex Ana (2014) explica que las ilustraciones gráficas son unidades información susceptibles a múltiples interpretaciones, por lo que, si no se conceptualiza lo más

claro posible una ilustración, puede provocar que el mensaje sea confuso para quién lo lea.

Para evitar confusiones a la hora de crear ilustraciones y aprovechar al máximo sus cualidades comunicativas a nivel visual, a continuación, se explicará las diversas aplicaciones que se le pueden atribuir a las ilustraciones gráficas, esto retomando a Cahex (2014) quien explica que la ilustración puede aplicarse de forma de conceptual, narrativa y decorativa.

Ilustración conceptual

Las ilustraciones conceptuales son imágenes extremadamente creativas, su intención es buscar a partir de la creatividad y la experimentación subjetiva, una representación visual capaz de describir el mensaje que se quiere trasmitir.

Estas ilustraciones, buscan llamar la atención del lector inmediatamente, su éxito se encuentra principalmente en el estilo y nivel de técnica que tenga el diseñador para describir narrativas visuales.

Ilustración narrativa

Las ilustraciones narrativas son el tipo de imágenes que complementan directamente a un texto. Su propósito es describir mediante recursos visuales, una acción relevante del texto, haciendo más fácil la comprensión del mensaje.

Para lograr tal objetivo, el diseñador, debe hacer uso de sus recursos culturales para poder representar satisfactoriamente escenarios y personajes que encajen con los descritos en el texto, de lo contrario, solo se descontextualizará al lector del mensaje que se le quiere dar.

Ilustración decorativa

Este tipo de ilustraciones busca decorar alguna parte del texto de una manera muy discreta. Generalmente se utiliza para capitulares al inicio de un párrafo o para detallar algún tipo de imagen en la página del texto. Su presencia en el texto es secundario y entre menos distracción cree en el lector mucho mejor.

2.7 Técnicas de ilustración gráfica aplicadas al diseño de una portada de revista

Tanto el profesional como el estudiante interesado en la ilustración editorial, además de ser capaz de adaptar sus imágenes para comunicar visualmente a cualquier tipo de público, también debe poseer un estilo y una técnica, con los cuales determinará la apariencia y el nivel de trazado de la ilustración, por ejemplo, no es lo mismo la imagen de un perro representado con bolitas y palillos a una imagen que contiene fondo, altura, sombras, texturas y detalles minuciosos como los poros de la piel.

Estilo

El estilo dentro de la ilustración editorial, de acuerdo con Cahuex Ana (2014) es una habilidad que desarrollan los ilustradores gráficos para crear imágenes con lujo de detalle volviéndolo su sello personal. Sin embargo, hablar de estilos, es hablar de múltiples formas de dibujar en donde habrá propuestas más elaboradas que otras, ajustándose así a todas las necesidades posibles dentro del mundo editorial.

Técnicas

En cuanto a las técnicas, estas son las formas en que se puede materializar una ilustración gráfica. En el universo editorial debido a la constante evolución

tecnológica, podemos identificar diversas técnicas de ilustración como las vectoriales, bitmap, modelado 3d, pintura digital y collages.

Ilustraciones vectoriales

Las ilustraciones vectoriales son imágenes digitales compuestas por puntos, líneas rectas y curvas que se crean a partir de relaciones matemáticas. La característica principal de este tipo de imágenes es preservar la calidad independientemente de sus otros valores incluyendo el tamaño. Su uso está enfocado a la realización de imágenes relativamente sencillas como los logotipos para empresas.

Ilustraciones bitmap

Este tipo de imágenes están compuestas por múltiples puntos de color llamados pixeles. El pixel está considerado como la unidad mínima de una imagen bitmap que se mide por el número de puntos horizontales por el número de puntos verticales formando así la imagen. A diferencia de los vectores, este tipo de imágenes tienen que trabajarse a un tamaño real, de lo contrario, si se quiere modificar cualquiera de sus valores como el tamaño, su calidad disminuirá y se estropeará la imagen.

Modelado 3d

Las imágenes en modelado 3d, son imágenes digitales a las cuales se les aplica altura, anchura y fondo para obtener una imagen tridimensional. Se utiliza principalmente para la creación de personajes y ambientes en los que pueda generar diferentes proporciones.

Pintura digital

Las imágenes realizadas a través de la pintura digital, son imágenes a las que se les aplica color y texturas mediante programas especiales de diseño, simulando la práctica tradicional de la pintura sobre un lienzo. La versatilidad y los efectos que propone cada programa para realizar casi cualquier imagen de la realidad los hace imprescindibles a la hora de diseñar.

Collages

El collage es una técnica muy creativa que se usa también de forma física, la cual, consiste en superponer varias imágenes de diferentes tamaños y de diversos orígenes, para crear una nueva imagen que resulte de la relación de todas las partes superpuestas. El collage fue una técnica propuesta inicialmente por el cubismo y que rápidamente se convirtió en una técnica con un gran potencial creativo dentro del diseño editorial.

Fotomontaje

El fotomontaje es una técnica que consiste en yuxtaponer diversos fragmentos de otras imágenes para crear una nueva ilustración. Esta técnica permite explotar al máximo la creatividad permitiendo la realización de obras extremadamente creativas. El fotomontaje fue una técnica creada por la vanguardia surrealista, la cual buscaba la conceptualización de mensajes visuales provenientes del subconsciente.

Paper cutting

Este tipo de ilustraciones están hechas a partir de un grabado en papel, dejando a un lado el predominio de herramientas digitales como la computadora y los

programas especializados de diseño gráfico. Su principal aporte, es crear dramatismo a partir del contraste de colores frente a un fondo blanco o negro principalmente, valiéndose de la luz que se reflejan en su superficie.

Paper craft

La técnica de Paper craft, es una de las técnicas de ilustración más complicadas, ya que su objetivo es crear objetos que tengan fondo y que al mismo tiempo se puedan apreciar desde diferentes perspectivas.

Pop Up

Este tipo de técnica consiste en ilustraciones que están dobladas entre las páginas de un libro o revista infantil, y que, al abrir determinadas páginas, estás se levantan para mostrase como un elemento decorativo de un breve texto. Su objetivo es incentivar la imaginación de los lectores a partir de ilustraciones que ofrecen diferentes ángulos de representación.

Quilling o filigrana

El Quilling o filigrana, es una técnica ilustrativa a base de tiras de papel que se colocan de forma lateral, logrando así un efecto de línea que da ilusión de fondo y proporción. Para lograr los efectos de línea curvos, las tiras de papel se enrollan en un lápiz para después desenrollarlos y así obtener el efecto curvo. Inicialmente, este tipo de ilustración estaba asociado con las mujeres ya que era muy colorido, pero ya en los últimos años, los diseñadores lo comenzaron a ocupar para todo tipo de trabajos profesionales.

2.8 Del diseño gráfico al diseño editorial de una revista

El diseño gráfico es una disciplina humanística y social que trabaja con teorías y prácticas para analizar y desarrollar narrativas visuales que ayudan a solucionar problemas comunicacionales mediante el uso correcto del lenguaje de la comunicación visual.

Usualmente cuando se trata de explicar que disciplina es la encargada de realizar el diseño de una revista, los términos de “diseño gráfico” como el de “diseño editorial”, frecuentemente son utilizados indiscriminadamente para dar respuesta, sin embargo, a pesar de que son términos que están íntimamente relacionados y que podrían parecer que operan como sinónimos, en realidad, son campos de conocimiento con distintos procesos que al relacionarse configuran el diseño de una revista.

De acuerdo con el autor Esqueda Román (2009), citando a Wucius Wong, el Diseño gráfico es una práctica interpretativa que puede comenzar o no, con las propuestas de un cliente, siguiendo determinadas reglas para lograr desarrollar conceptos visuales que den solución a una necesidad comunicativa.

De esta forma, el Diseño gráfico se encarga de interpretar una propuesta lingüística en un producto visual, con el propósito de comunicar ideas que logre satisfacer una necesidad, materializadas en este caso, en una revista. A continuación, se muestra un esquema que ejemplifica el proceso de interpretación dentro del Diseño Gráfico.

Esquema que ejemplifica las partes y actividades del proceso de un diseño gráfico



Figura 2.5. Esqueda Román; 2009, p.23.

Por su parte, Wucius Wong (2011) menciona que el Diseño gráfico además de ser un proceso interpretativo, también debe lograr ofrecer funcionalidad a partir de tres elementos muy importantes: objetivo, que responderá a la pregunta que se quiere comunicar, un método que identificará cuáles serán los pasos de dicho desarrollo y un medio que permitirá contener toda la información.

Además, actualmente el campo del Diseño Gráfico, se ha visto beneficiado enormemente con el desarrollo de nuevas tecnologías, permitiendo nuevas áreas de trabajo enfocadas en la ilustración, multimedia, fotografía, soportes tridimensionales y diseño editorial esto de acuerdo a Peña Tabatha (2017).

Por otro lado, el Diseño editorial, es una rama del Diseño gráfico que se encarga de la organización del texto y de las imágenes para crear narraciones visuales, no solo de revistas, sino de cualquier otro producto comunicativo ya sea impreso o digital, como: libros, carteles, flayers, infografías y catálogos entre otros más.

La función principal del Diseño editorial, es llamar la atención de los lectores a partir de una correcta, creativa y armónica interrelación y composición de los elementos de representación visual, sin embargo, algunas otras tareas no menos importantes, son proveer un estilo único a cada publicación que será su distintivo entre otras revistas, Tabatha (2017).

Capítulo 3.

Teorías y conceptos para entender el proceso de significación en la comunicación visual en una revista

Este capítulo, abordará los conceptos medulares que articulan y sostienen a esta investigación. Se definirá el concepto de comunicación visual y su proceso de significación, también se explicarán categorías de análisis que permite a la semiótica concebir y modelar un objeto de estudio a través de elementos operacionales como signo, estructura, código y sistema. Finalmente, se describirá las herramientas que la comunicación visual utiliza para establecer un mensaje visual y se explicará su utilidad e impacto en el diseño.

3.1 Comunicación visual

La comunicación visual actualmente ocupa un lugar especial en el entorno en que vivimos, ya que, por medio de diversas imágenes, construye mensajes con fines informativos, comerciales, artísticos y educativos. Las imágenes que emplea la comunicación visual como veremos más adelante a detalle, están diseñadas a partir de puntos, líneas, colores, fondos y textos.

Sin embargo, la comunicación visual comienza con la obtención de información de la realidad por medio de la vista, facultad biológica que todos los seres humanos poseen. En este proceso, la luz es un factor clave, ya que permite que los nervios ópticos logren recocer los objetos con todo y sus propiedades físicas y que detone en el cerebro el inicio de toda experiencia visual. Por su parte Dondis (2010) define

a la visualización como “la capacidad de formar imágenes mentales” comprendidas culturalmente y aceptadas por los miembros de un contexto determinado.

3.2 Características de la comunicación visual

Dicho de otras palabras, la comunicación visual es un sistema de comunicación que nos permite recibir y enviar información mediante el lenguaje visual, este lenguaje visual, son las imágenes que los lectores pueden percibir mediante el sentido de la vista dentro de un contexto determinado, como al momento de estar ojeando una revista.

Algunas de las características más destacables de la comunicación visual son:

- Se trata del sistema de comunicación semiestructurado más antiguo de la historia de la humanidad.
- Es muy fácil de entender, ya que una imagen tiene la característica de proveer información más fiel a lo que representa.
- Tiene la ventaja de ser un sistema de comunicación que la mayoría de las personas en el planeta pueden entender.
- De todos los sistemas de comunicación que existen, el lenguaje visual es el sistema de comunicación que más se parece a la realidad, esto, debido a que las representaciones que realiza son casi idénticas a los objetos realidad.

Sin embargo, a pesar de que el lenguaje visual puede ser entendido por la mayoría de las personas, existen algunos factores como la subjetividad, que pueden obstaculizar el correcto sentido del mensaje.

La subjetividad está relacionada con el significado que se les atribuye a los objetos que se observa a partir de la información que se tiene por la experiencia y por el entorno cultural. Barthes (1971) llama connotación a un mensaje que surge de la suma de experiencias culturales e históricas por parte del lector.

Es por ello, que cuando se ve una revista impresa desde su portada, es fácil identificar visualmente las imágenes que están colocadas, pero el sentido o el mensaje puede ser percibido de diferente forma dependiendo la subjetividad de cada persona y es allí donde entra el texto, como un elemento que guía el sentido de la imagen y esta a su vez al texto, como una unidad inseparable.

Por lo anterior, el diseñador de una portada de revista se caracteriza por colocar únicamente los elementos visuales con los que los lectores están familiarizados para asegurar el rápido reconocimiento y atribución del mensaje por parte de los lectores.

Ahora bien, Salazar Ania (2010) explica que, dentro de la comunicación visual, es posible distinguir dos subcategorías de acuerdo al mensaje: la comunicación intencional que persigue propósitos específicos dentro de un contexto definido configurados por el autor y la comunicación casual, que pretende detonar la libre interpretación únicamente por gusto o por opinión de un receptor o lector.

De acuerdo a lo anterior, las revistas suelen clasificarse a partir de la temática que abordan y el tipo de lector al que están dirigidas, ya que estos aspectos son los que determinan la intención y el sentido que tendrán.

3.3 Imagen como lenguaje visual

Las imágenes, en cuanto a diseño y propósitos, han ido evolucionando hasta alcanzar un papel predominante en la vida del ser humano en la actualidad. De acuerdo con Acaso María (2009), la imagen puede definirse como “una unidad de representación realizada mediante el lenguaje visual” (p.36). Esto quiere decir que una imagen es un signo que representa objetos o elementos de la realidad, sin ser la realidad, por ejemplo: si en una fotografía se observa un determinado animal, lo que se observa es una representación del animal y no al animal mismo.

Es destacable mencionar, que el proceso de interpretación de la representación se da en la mente de los lectores u observadores, y de acuerdo con Acaso María (2009), este proceso, modifica el sentido original debido a que cada individuo significa a partir de su bagaje cultural e imaginación, esto nos lleva a entender que los lectores no son solo receptores, sino también constructores del mensaje por imágenes.

Las imágenes también se clasifican a partir de su semejanza visual con la realidad a partir del grado de iconicidad, es decir, elementos de la realidad identificables a simple vista, por lo que hay con un nivel, alto, medio y bajo de iconicidad.

- Imágenes con nivel de iconicidad alta. Son aquellas imágenes/signos visuales que mantienen un parecido casi idéntico al objeto que representan.
- Imágenes con nivel de iconicidad medio. Se caracterizan por tener una semejanza parcial con el objeto que representa.
- Imágenes con nivel de iconicidad bajo. Son imágenes/signos que a simple vista no se les reconoce su relación con el objeto que representan.

3.4 Alfabetización de la imagen

De acuerdo con Dondis (2010) la alfabetización visual, es el reconocimiento y aceptación de la ausencia de métodos y técnicas específicas para la construcción y comprensión de mensajes y significados por medio de imágenes. Sin embargo, la comunicación visual es el único sistema de comunicación que se puede comprender sin la necesidad de saber leer o escribir, esta característica la hace muy fácil de comprender universalmente.

Es oportuno aclarar que la comunicación visual es una rama de la comunicación en donde también interviene un emisor, receptor, canal, mensaje, código y un contexto, reconociendo que el código, es el elemento clave que define la forma en que proyecta esta comunicación.

3.5 Sintaxis de la imagen

A pesar de que las imágenes son sistemas de comunicación que no tienen reglas definidas para su construcción, si existen elementos que ayudan a la configuración de su estructura y significado, estos elementos están relacionados con técnicas de diseño y composición.

Por otro lado, este tipo de comunicación es una de las tres formas en que se puede trasmitir y recibir mensajes, Acaso María (2009) la define como un “sistema de trasmisión de señales cuyo código es el lenguaje visual”. Dicho sistema, se caracteriza por ser percibido a través del sentido de la vista y por la interpretación a partir de la experiencia misma del sujeto quien observa.

3.6 Herramientas del lenguaje visual

Las herramientas de la comunicación visual permiten jerarquizar, ordenar y clasificar, todos los elementos que constituyen un sistema de comunicación. La autora Acaso María (2009) divide estas herramientas en dos grupos: herramientas de configuración y herramientas de organización.

Herramientas de configuración. Estas herramientas ayudan a definir las propiedades físicas de las imágenes, como, por ejemplo, tamaño, orientación, forma, iluminación y materiales de construcción.

- Punto. Es la unidad mínima de trazo o expresión, suelen ser puntos de referencia provocando una clara atracción visual y puede ser real o imaginario.
- Línea. Se trata de una formación de dos o más puntos muy cercanos entre sí, dando la sensación de movimiento y dirección, también puede ser real o imaginaria.
- Tamaño. Son las dimensiones físicas a escala de una imagen. (grande, pequeño, ancho, delgado, alto, bajo)
- Orientación. Es la disposición física de un objeto visual (horizontal o vertical)
- Forma. Limites exteriores de las representaciones, existen orgánicas (naturales) y artificiales (hechas por el hombre).
- Iluminación. Nivel de iluminación exterior que tiene una imagen.
- Color. Es el reflejo de la luz reflejada en la superficie de una imagen, existen colores pigmento (se pueden tocar) y colores luz (no se pueden tocar)

- Tono. Es la intensidad de lo claro y lo oscuro dentro de una imagen, indican peso y profundidad, también se le conoce cono valor.
- Textura. Característica física y visual de un objeto. (liso, arrugado, cuarteado, suave, duro)

Herramientas de organización. Estas otras herramientas están destinadas a la organización de las formas / signos dentro de los límites de la estructura (espacio de trabajo).

- Composición. Orden y colocación de los elementos visuales dentro de un soporte, existen dos tipos de composición: reposada (ilusión de quietud) y dinámica (ilusión de movimiento).
- Retórica. Forma visual de expresar significados para un concepto visual con fines estéticos. (Rubio, oro, gigante, alto)

Los colores tienen un efecto emocional en las personas, a menudo, los profesionistas que trabajan con colores suelen utilizarlos para reforzar y complementar un mensaje visual con intenciones específicas, de esta manera ningún color está colocado al azar a menos que la intención sea romper reglas de armonía o experimentar contrates en sus trabajos visuales.

De acuerdo con Heller, Eva (2008) el contexto influye en la asociación de significados para un color y frecuentemente estos puede estar asociados a diversas emociones que coinciden universalmente debido al factor del acorde cromático. Los acordes cromáticos son los colores que más se asocian a una misma emoción

debido a que se vinculan a aptitudes, fluidos, características físicas de objetos y a lugares.

Heller, Eva (2008) también explica que los colores suelen clasificarse en colores primarios, secundarios y complementarios. Los colores primarios son el rojo, amarillo y azul, los secundarios, verde, anaranjado y violeta y los complementarios que son el resultado de la combinación de los colores con su opuesto en el círculo cromático. Los colores también están color están asociados con emociones y aunque existen ciertas variaciones en lo que puede significar, la mayoría los asocia de la siguiente manera:

- Azul. Simpatía, armonía, amistad, confianza y frío.
- Rojo. Amor, odio, pasión, fuerza y energía.
- Amarillo. Diversión, optimismo, espontaneo, creativo y calor.
- Negro. Muerte, elegancia, infidelidad
- Blanco. Divino, honradez, vida, pureza y verdad.

3.7 Semiótica y sus categorías de análisis (signo, sistema, estructura, código)

Así como la medicina creó su propia metodología para analizar e investigar el cuerpo humano o la botánica para identificar y clasificar la flora y la fauna, también existe una disciplina nombrada semiótica enfocada en estudiar los fenómenos comunicativos a través de signos.

La semiótica es la disciplina encargada de estudiar, analizar y explicar los fenómenos comunicativos mediados por signos que representan objetos de la

realidad y está apoyada por diversas áreas de conocimiento como, por ejemplo, la lingüística, Psicología y la Antropología.

De acuerdo con Zecchetto, Victorino (2003), la semiótica “representa un punto de vista sobre la realidad, una mirada acerca del modo en que las cosas se convierten en signos y son portadoras de significado” (p.19) concibiéndola como la teoría de los signos que se encarga de analizar las estructuras de los sistemas de lenguaje a partir de explicaciones razonables y científicas que ayudan a entender el fenómeno de la comunicación humana.

Zecchetto (2003) también explica que la semiótica no sólo se limita a describir y a analizar los signos, también se enfoca en entender como esos elementos logran adaptarse a los diversos contextos incluyendo los ámbitos digitales dentro de la sociedad.

De acuerdo con Zecchetto (2003), la Semiótica también es una ciencia que se encarga del análisis, estudio y la explicación de los fenómenos comunicativos dentro de contextos determinados a partir de signos, término que más adelante se abordara con detalle.

Una de las mayores aportaciones por las que se destaca la semiótica es por el conocimiento que genera acerca de los fenómenos comunicativos a partir de la construcción y uso de modelos explicativos sustentados por fases del método científico que le dan validez y sustento.

Los modelos que construye la semiótica son posibles explicaciones de los fenómenos comunicativos que sirven como marco de referencia susceptibles a verificarse, perfeccionarse o abandonarse.

El campo de la semiótica es muy amplio, ya que se considera una ciencia de los signos que ha producido diferentes corrientes como la semiología de Ferdinand de Saussure, la semiótica de Charles Sanders Pierce y la semiótica de la Escuela Rusa con Luri Lotman, corrientes que han dado grandes aportes y fundamentos a la semiótica.

De acuerdo con Beuchot (2015) los primeros en teorizar en torno a la semiótica fueron los Estoicos, después Platón y Aristóteles escribieron sobre el lenguaje. Más tarde San Agustín, Roger Bacón, Juan Duns Escoto, Guillermo de Ockhman durante el siglo de oro español se teorizaron sobre el lenguaje y los procesos de significación mentales.

Beuchot (2004) explica que en México, durante la época colonial y con la influencia de los Tomistas pos medievales novohispanos se analizó la semiótica a través de estudios de Alonso de la Vera Cruz, Tomás Mercado, Vicente de Aragón quienes estudiaron el signo en la lógica hasta llegar a la semiología estructuralista y pragmatista, disciplinas que tendremos como base de análisis en este trabajo de investigación.

Ferdinand de Saussure definió del principio de oposición dentro de la semiótica explicando que dos elementos de naturaleza diferente se complementan, de esta forma tenemos la lengua/habla, sistema/estructura, sintagma/paradigma, significante/significado.

Saussure (2008) también explica que la investigación de los lenguajes se debe de abordar no solo desde la lingüística, sino desde otro punto de vista al que llamará semiología donde señala que el término “Semiología” proviene del griego “semeion” para concebirla como una ciencia dedicada exclusivamente al estudio de los signos dentro de las dinámicas sociales.

La postura filosófica no se quedó afuera y Charles Sanders Peirce quien trabajaba desde el punto de vista pragmático, ofreció una definición más amplia de la semiótica, definiéndola como la ciencia que se enfocaba es estudiar únicamente a la “Semiosis”, (proceso mental) en donde interviene una relación de signos objetos e interpretante para dar sentido a lo que se observa.

Para Luri Lotman, la semiótica es la ciencia que además de estudiar el signo significante, estudia su contexto a través de la cultura, la cual llama semiosfera que “es el espacio fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosfera” (Luri Lotman, 1996, p.12)

Más adelante Eco, con influencia estructuralista y pragmatista, señala que la semiótica es el estudio de los códigos y que para lo cual se necesita conocer las reglas que les permite funcionar. Destaca que cualquier cosa u objeto que pueda considerarse como signo ya es un signo resultado del proceso de atribuir sentido.

Fue hasta el año de 1969 que la Asociación Internacional de Estudios Semióticos nombrada la “Haya” en Holanda, decidió unificar los términos “Semiología” y “Semiótics” en un nuevo termino para todo el mundo, llamado “Semiótica”.

Por lo tanto, los diseños o ilustraciones gráficas que aparecen en las portadas de las revistas, se convierten en signos que la semiótica analiza como procesos de comunicación susceptibles a múltiples interpretaciones por parte de los lectores a partir de su experiencia de vida.

Para analizar estos procesos de comunicación en revistas, Eco (2005) explica que "si todos los procesos de comunicación se apoyan en un sistema de significación mediados por signos, será necesario descubrir su estructura elemental de la que permiten una comunicación" (Umberto Eco, 2005, p. 57)

De acuerdo con Eco (2005), la estructura elemental de la comunicación está integrada por una fuente, trasmisor, señal, canal, receptor que dan como resultado la construcción de un mensaje. Tomando como referencia esta explicación y aplicándolo a las portadas de las revistas el modelo que se generaría sería el siguiente:

Modelo de la estructura elemental de la comunicación propuesto por Eco (1995) aplicado al diseño de portadas de revistas

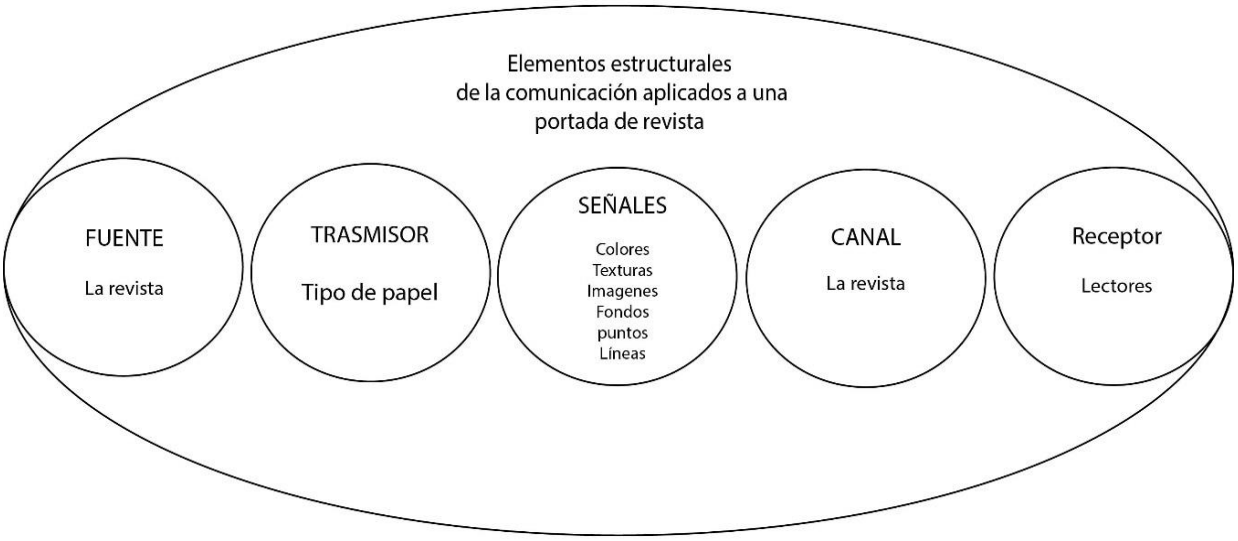


Figura 3.1. Elaboración propia

Por su parte Juan Magariños, (2002) con influencia peirciana, define a la semiótica como una práctica intuitiva, ya que el hombre sin darse cuenta, utiliza a la semiótica para comprender el mundo que le rodea, como una práctica profesional, porque permite al hombre reflexionar y atribuir sentido a la realidad que le rodea, y por último, como una teoría, porque existen personas conscientes dedicadas a intentar comprender como se origina los comportamientos en los seres humanos.

La semiótica desde entonces, es considerada una ciencia como cualquier otra ya que en su camino por conseguir sus objetivos, utiliza una metodología, supuestos de partida y objetivos e instrumentos de recolección de datos que hacen posible la configuración de un objeto de estudio.

En cuanto sus objetos de estudio, es importante mencionar que la semiótica sólo puede analizar aquellos fenómenos comunicativos, cuyas estructuras estén compuestas por signos visibles a través de modelos reconocibles a simple vista

Sígno

De acuerdo con Peirce (1965) el signo es una representación de cualquier objeto o fenómeno que se pueda percibir visualmente. Es importante mencionar que los signos al ser una representación, no son los objetos mismos, sino aluden a ellos por medio de un proceso mental llamado “semiosis”, pensamiento que atribuye sentido a los signos.

Este proceso mental, consiste en la configuración de tres elementos llamados elementos formales del signo representados en un modelo tríadico, que a continuación se muestra:

Esquema propio que ejemplifica el proceso de significación de acuerdo a Charles Pierce

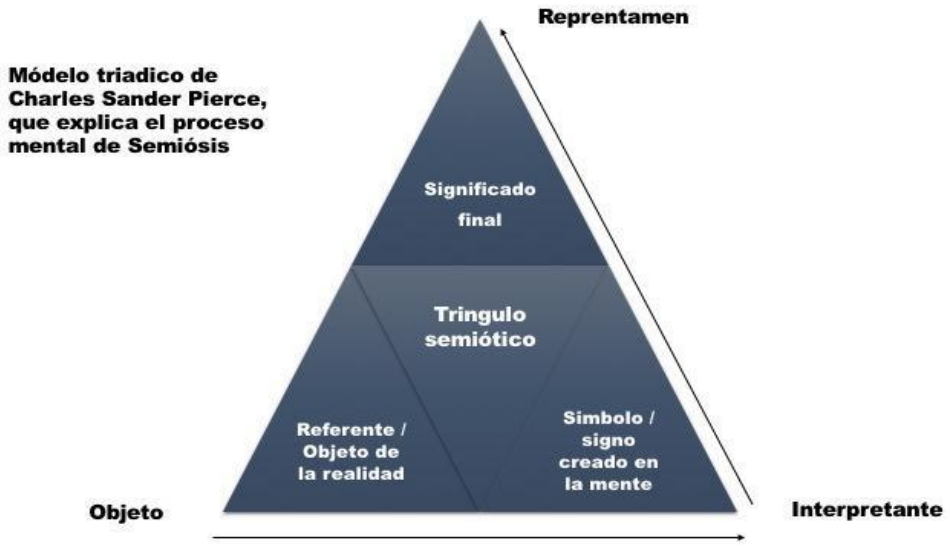


Figura 3. 2. Elaboración propia

- Representamen = Cualquier signo que tiene un
- Objeto = objeto de referencia de la realidad que lleva a un
- Interpretante = interpretación / significado

Estos signos visuales pueden considerarse imágenes que contienen información a partir de la representación de un objeto de la realidad, mientras tanto, se debe entender que un signo también es una imagen que contiene información a partir de la representación cualquier objeto de la realidad.

De acuerdo con Zecchetto (2005) para entender las relaciones que existen entre los signos, se tiene que recurrir a la semántica, pragmática y la sintáctica, ramas de la semiótica encargadas analizar cómo se genera la semiosis por medio de relaciones tríadicas.

A diferencia de la filosofía del lenguaje, la semántica vista desde la semiótica, se enfoca en “las condiciones de la verdad de las proposiciones” (Victorino Zechetto, 2005, p.31) es decir, estudia las posibles combinaciones en que se pueden vinculas una o más palabras para generar significados.

La pragmática analiza “las formas y estrategias concretas que asumen las expresiones comunicativas con el fin de descubrir las leyes que las rigen” (Victorino Zechetto, 2005, p. 2). En otras palabras, la pragmática estudia las estructuras del lenguaje que han permitido las significaciones.

La sintáctica se encarga de analizar “la relación formal de los signos entre sí” (Victorino Zechetto, 2005, p.33) es decir se enfoca en la sintaxis a través de sistemas llamados gramáticas que no permiten tener signos aislados.

Por lo tanto, las revistas al presentar contenido mediante imágenes, se puede deducir que son sistemas de comunicación que contienen un entramado de signos que, relacionados, construyen mensajes que los lectores deben comprender para generar una comunicación.

Sistema y Estructura

Otros conceptos operativos que se plantea en este trabajo de investigación son los de sistema y estructura, que, de acuerdo con Saussure (2008), el “sistema” concebido desde la semiótica, son el conjunto de elementos organizados y vinculados entre sí, dentro de una estructura determinada. Es oportuno mencionar que los elementos organizados dentro de las estructuras (espacios que delimitan al

sistema) no tienen carácter de independencia, sino que operan como un todo para dar un sentido.

Un ejemplo de lo anterior, es la propuesta hecha por Saussure donde “considera al lenguaje como un objeto doble dónde cada una de sus partes no vale sino en función de la otra, es decir, que sus partes no valen por sí mismas ni por su realidad sustancial, sino por el hecho de oponerse a otras”. Saussure, 2008 (p.44)

- lenguaje /lengua
- lengua / habla
- significante / significado
- diacronía / sincronía
- relaciones sintagmáticas / relaciones asociativas

Código

De acuerdo con Eco, (2005) un código es una serie de señales, nociones y reglas que permiten comprender los diferentes signos, dentro de una estructura que forma parte del sistema de significación. Sin embargo, estos códigos no son visibles al ojo humano, sino que se construyen en la mente como consecuencia de nuestro acervo cultural.

Por tanto, que los códigos desde la semiótica, son construcciones convencionales, es decir, se necesita que tanto el emisor como el receptor sean del mismo contexto para que haya una correcta construcción del mensaje por medio de un código que se comparte culturalmente.

Culturalmente existen diferentes tipos de códigos:

- Lógicos
- Estéticos
- Sociales
- De transmisión
- De gusto y sensibilidad

Ahora, los sistemas de significación son estructuras visibles que corresponden a casi cualquier fenómeno social concebido como un proceso comunicativo de la realidad que pueden ser percibido con el sentido de la vista como, por ejemplo: fotografías, revistas, escenas de una película, mapas, aparatos electrónicos etc.

Sin embargo, Eco, (2005) explica que existen fenómenos de la realidad que pueden ser percibidos y no tener información codificada a través de un signo, como los emitidos por la naturaleza, mismos que ubicó en la categoría del umbral inferior, mientras que los que sí están codificados los clasificó en la categoría del umbral superior.

Capítulo 4.

“Una imagen dice más que mil palabras”: Recursos metodológicos para el análisis de las portadas de la revista Picnic

Cómo ya hemos visto en capítulos anteriores, la portada de una revista es el elemento más importante, porque además de servir como medio de identificación, tiene el propósito de atraer a los lectores por medio de una composición gráfica a partir del lenguaje visual. Es por ello, que este capítulo tiene el objetivo de analizar desde una perspectiva semiótica, el diseño visual de tres portadas de la revista Picnic, para identificar las reglas que permiten la construcción de su mensaje principal.

4.1 Breve historia de la Revista Picnic

¿De qué trata la Revista Picnic?

Picnic es una publicación bimestral que nace en la Ciudad de México en el año 2004, con el objetivo de incentivar la lectura y dar difusión a proyectos contemporáneos de artistas nacionales e internacionales, sobre temas audiovisuales como: el diseño, la ilustración, cine, pintura, *lettering* y graffiti, disciplinas que impactan cultural y económicamente en México.

Actualmente la publicación cuenta con dieciséis años de existencia que la han posicionado como una de las publicaciones más importantes y exitosas dentro de la escena del diseño y la industria audiovisual en México. A lo largo de todo este tiempo, Picnic ha sabido adaptarse a las tendencias tecnológicas, satisfaciendo las necesidades del sector audiovisual, implementando estrategias que la han llevado

a tener presencia en redes sociales y creando una versión digital para mejorar la experiencia de lectura y llegar a un mayor público.

De acuerdo a una entrevista realizada por Nava, Alejandra (2017), una de las características más importantes de la revista Picnic, ha sido la libertad del uso de técnicas del lenguaje visual, aplicadas creativamente en sus trabajos, aptitud que le ha permitido desarrollar otros proyectos alternos que han complementado su objetivo como promotor cultural, por ejemplo: Fundación Picnic, Congreso Picnic Arts Media, Foro de Editoriales Independiente, bazar Art District y diversas convocatorias para diseñar portadas de algunos números de su revista.

Otro punto fuerte a favor que le ha permitido crecer y mantenerse en el medio, ha sido las invitaciones para que otros artistas y profesionistas colaboren dentro de la publicación, realizando un diseño para algún número, creando ilustraciones para los textos o diseñando algún cartel para algún evento de la revista.

Directores y editorial

Actualmente, la revista es editada en la Ciudad de México por la editorial Flavours, S.A de C.V. y su consejo editorial está conformado por la directora Valeria Villaseñor y los editores Diana Gutiérrez y Oscar Gutiérrez.

Organigrama de trabajo

El organigrama de trabajo, son las diferentes áreas de trabajo que la revista cuenta para el correcto funcionamiento y su permanencia dentro del medio editorial actual. En la entrevista realizada a los directores de la revista Picnic, por Nava, Alejandra

(2017), se explica el organigrama que conforma esta revista y que a continuación se mencionan:

Dirección. Son los responsables de representar y administrar la revista, su principal función es diseñar un plan integral que logré conseguir las metas de cada mes.

Project Manager. Se encarga de gestionar todos aquellos proyectos alternos a la revista. La ejecución de un plan de trabajo que incluya la creación y seguimiento de contenido para las diversas plataformas y redes sociales, es la mayor fortaleza de esta área.

Publicidad. Su objetivo es garantizar la solvencia económica de todas las actividades de la publicación por medio de la venta de espacios publicitarios a diversas marcas patrocinio.

Prensa. A través de diversas estrategias de comunicación, esta área logra promocionar todas las actividades de la revista en los propios portales y en otros medios de comunicación y también establece vínculos con festivales, ferias y otros eventos para posicionar la imagen de la revista.

Distribución y suscriptores. Son los responsables de dar seguimiento a toda la logística de entrega de ejemplares impresos en todo México.

Público meta

Nava, Alejandra (2017), también explica de acuerdo a Media kit Picnic (2015), que el perfil de la mayoría del público que lee esta revista, son estudiantes y profesionistas interesados en las expresiones visuales contemporáneas de México y todo el mundo. La edad promedio de los lectores potenciales que siguen esta

publicación es de entre 26 y 46 años edad y la mayoría son hombres que ya cuentan con alguna profesión.

Propuesta de diseño en portadas

El diseño gráfico que predomina en todas las páginas de esta revista es principalmente ilustración y fotografía, aunque también suele haber *lettering* y collage, su objetivo es acompañar a los textos y representar conceptos que logren enganchar a los lectores visualmente.

La revista suele hacer bloques coleccionables sobre temas específicos, cada bloque se caracteriza por seguir patrones de semejanza en su paleta de colores y diseño visual desde sus portadas. Algunos de estos bloques están conformados por 4 o más números y sus temas se relacionan con la modernidad, la naturaleza, hábitos del ser humano y tecnología principalmente.

La planeación del diseño editorial en general, se genera a partir de temas específicos que se planean al principio de cada año. Cada artículo o entrevista, tiene el toque personal de cada diseñador, sin embargo, hay elementos de semejanza propuestos en todo el contenido como líneas guía, cornisas y ornamentos que mantienen el equilibrio y armonía de todo el contenido.

Preparación de contenido

Una gran parte de la selección del contenido se basa en la búsqueda de trabajos y portafolios de diversos artistas y profesionistas relacionados con los temas abordados por la revista, esto con fin de invitarlos a que colaboren en los diferentes números a lo largo del año.

4.2 Definición del método

Ahora bien, para el análisis de las portadas, asumiendo que mi objeto de estudio es un fenómeno visual, he considerado pertinente trazar una ruta metodológica que implique un análisis semiótico que me permita analizar la estructura del sistema de las portadas de la revista Picnic.

¿Qué implica la metodología semiótica?

La semiótica es la ciencia que estudia cualquier sistema de lenguaje a partir de las estructuras de signos observables dentro de contextos específicos. De acuerdo al autor Magariños, Juan (2008), la semiótica además de ser una ciencia, también es una facultad humana que da explicaciones a partir de modelos interpretativos de las estructuras observables de los fenómenos. Estas explicaciones son cognitivas, rigurosas y eficaces como cualquier otra ciencia social y, por lo tanto, son confiables sus análisis desde el punto de vista científico.

El análisis semiótico no pretende remplazar otras ciencias, al contrario, se suma a la comunidad científica y desde su campo de estudio, propone una nueva explicación con total validez que complementará a otros aportes dados por otras ciencias.

Además, la semiótica a diferencia de las ciencias tradicionales, no sólo analiza y describe, también propone modelos que sirven como guías para dar sustento a las posibles explicaciones que dan respuesta a problemas de los sistemas de lenguaje visual.

4.3 Técnicas de investigación

De acuerdo a S. J. Taylor y R. Bogdan (2000), las técnicas de investigación, son procesos que permiten obtener y organizar datos valiosos sobre el objeto de estudio dentro de la metodología. Con frecuencia, estos procesos se traducen en mapas mentales, esquemas, matrices y modelos de análisis que cumplen una función importante a la hora de analizar los fenómenos planteados.

Entonces, para mi análisis semiótico en un primer momento, desarrollaré una matriz de contenido para identificar aquellos elementos que permiten identificar las características generales de las imágenes de cada portada a analizar, por ejemplo, Tipo de producto comunicativo

- Nombre o marca del producto
- Temática
- Técnica de ilustración
- Lugar de aparición dentro del producto comunicativo

Matriz de contenido de macro unidades significativas (características formales de la revista Picnic

Macro unidades significativas de las portadas de revista	
Producto comunicativo	
Título del producto	
Formato	
Temática de la portada	
Técnica	
Lugar de aparición dentro de la revista	

Figura 4. 1. Elaboración propia

Dicha matriz, está organizada a partir de macro unidades que Barthes, Roland (1986) define como elementos secundarios descriptivos de un objeto y/o personaje. Estas macro unidades permiten identificar aspectos generales de la portada a modo de contextualización y que a continuación se exponen:

4.4 Modelo operativo propuesto para el análisis de las portadas de la revista Picnic

En un segundo momento, se analizará los elementos del lenguaje visual de la estructura de cada portada, a partir un modelo operativo que se ha construido a partir de categorías de los affordances de Scolari, Carlos (2004) y elementos del lenguaje visual de Acaso, María (2009) y D.A Dondis (2010)

El modelo operativo que he propuesto para analizar visualmente las portadas de la revista Picnic, permitirá identificar todos los signos y sus posibles reglas operacionales que permiten concretizar un mensaje en las portadas.

El modelo está desarrollado a partir de cuatro niveles de percepción de los affordances: físico, funcional, perceptual y cognitivo, en donde a cada nivel le corresponde una o más categorías de representación gráfica logrando así establecer las relaciones a nivel pragmático y estructural del sistema de cada portada de revista.

Affordances Funcionales. Elementos que permiten la manipulación y el uso correcto de una revista como por ejemplo, que formato impreso o digital y si su orientación es horizontal o vertical.

Affordances Físicos. Elementos de fabricación a través de los cuales se plasma el contenido, por ejemplo, tipo y gramaje de papel, dimensiones y acabados como barniz a registro o satinado en papel.

Affordances perceptuales. Elementos de representación gráfica que pueden o no existir en la realidad y que destacan por su presencia en los sistemas de diseño de las portadas de las revista, por ejemplo, líneas, puntos, figuras, tamaños, colores y texturas.

Affordances cognitivos. Elementos de distribución que se encargan de acomodar los elementos perceptuales para generar intenciones comunicativas a través de zonas de tensión, equilibrio, composición y atracción.

Las categorías de los affordances, tiene el objetivo de identificar los signos visuales que implícitamente están generando un sentido en términos de usabilidad a través de su tamaño, materiales de fabricación, orientación y elementos de representación gráfica.

Cabe señala que el modelo operacional desarticuló la estructura del sistema de las portadas exponiendo claramente todos los signos que las componen para describir individualmente que tipo de elemento de representación se trataba, saber si su presencia era clara a simple vista, conocer si ubicación y determinar cómo se relacionan entre sí todos los elementos.

En cuanto a los elementos de lenguaje visual, el modelo operativo desarticulará el sistema de las portadas para identificar la composición a través de imágenes,

tamaños, texturas, colores, fondos, líneas, puntos y de su organización por medio de equilibrio, tamaño, tensión y atracción.

La desarticulación del sistema de cada una de las portadas sometidas a investigación, evidenciará patrones de semejanza en el diseño, elementos de mayor peso en una portada de revista, relaciones de significación sígnica no visibles a simple vista e intenciones comunicativas a través de la distribución de los elementos visuales.

Modelo de análisis propuesto y construido a partir de categorías de análisis descritas por los autores Carlos Scolari (2004), María Acaso (2009) y D.A. Dondis (2010) para identificar las reglas que determinan los elementos de representación gráfica en las portadas de la revista Picnic

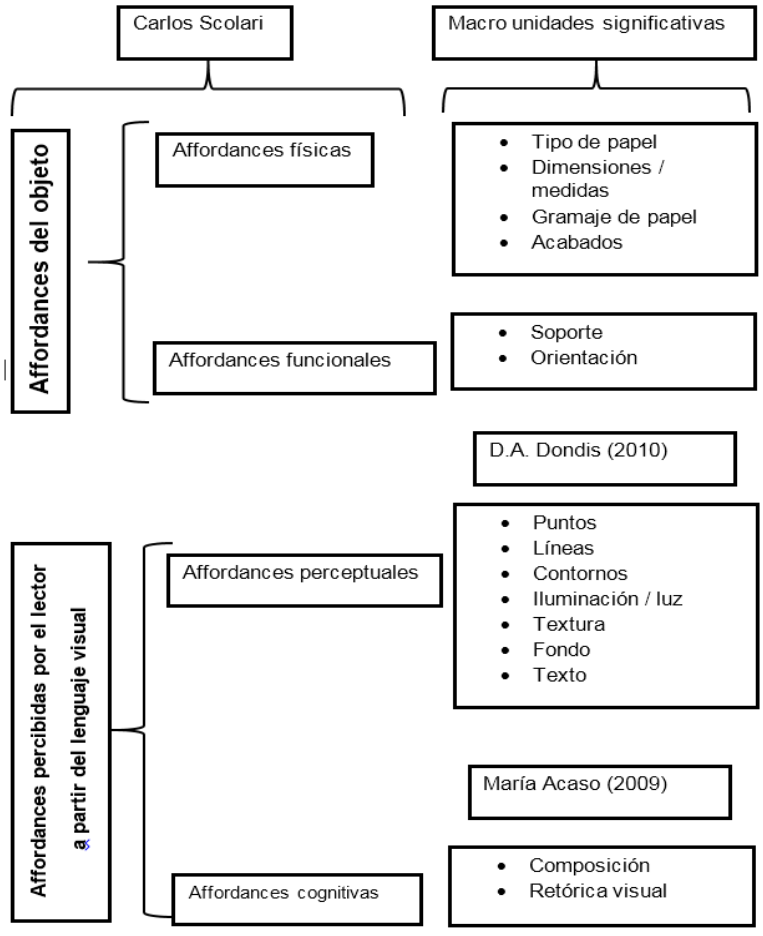


Figura 4. 2. Elaboración propia

4.5 **Selección de la muestra**

La muestra es una representación proporcional de los sujetos que formarán parte de un análisis. Pare esta investigación la muestra está conformada por las portadas de la revista Picnic número 35, 38 y 42. Cada número forma parte de una colección de revistas con temáticas relacionadas con hábitos y costumbres culturales que se viven a diario aquí en la Ciudad de México: Guerreros, Libertad y futurista. Las portadas fueron seleccionadas con relación a un nivel de iconicidad bajo, medio y alto, de acuerdo al criterio comunicación visual dado por Acaso, María (2009).

Finalmente, el análisis de estas portadas, me ayudarán a identificar las reglas que definen su estructura de diseño en cada portada y su relación sígnica para la construcción de sus propuestas narrativas visuales.

Esquema que muestra las portadas de las revistas que conforman la muestra a observar

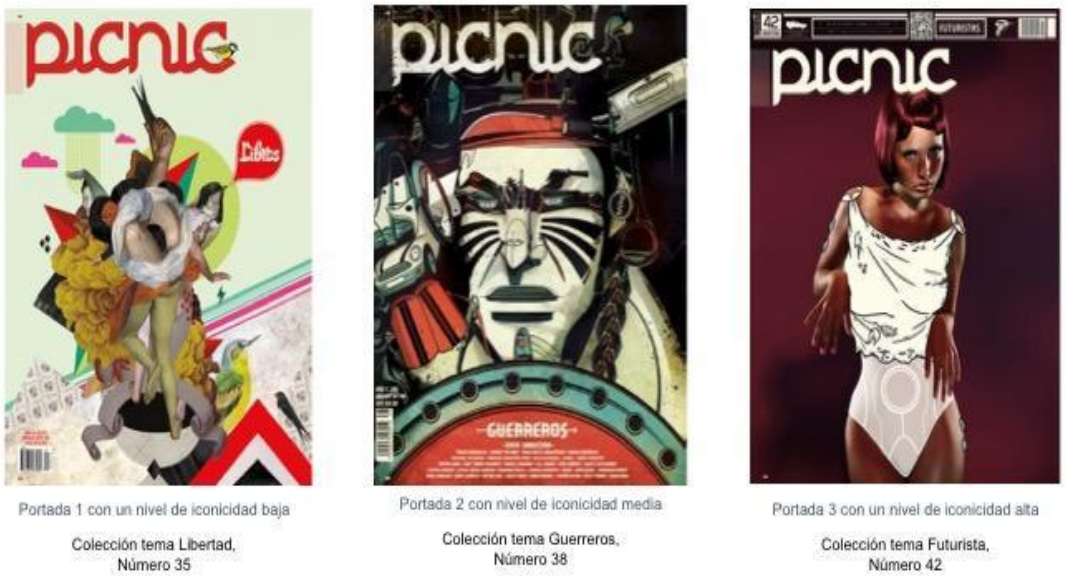


Figura 4. 3. Elaboración propia

4.6 Análisis aplicado a las portadas de las revistas “Picnic”

4.7 Análisis de macro unidades de significativas

Matriz de análisis con macro unidades significativas de la portada No. 35

Portada 1, Número 35, Colección Libertad

Nivel de Iconicidad baja



Macro unidades significativas de las portadas de revista no.35	
Producto comunicativo	Revista bimestral
Título del producto	Picnic
Formato	Impresión digital
Temática de la portada	*Libertad*. Número dedicado a la intimidad y los deseos más oscuros que dan placer al ser humano sin importar si son moralmente buenos o no.
Técnica	Ilustración digital
Lugar de aparición dentro de la revista	Primera de forros /portada

Figura 4. 4. Elaboración propia

Matriz de análisis con macro unidades significativas de la portada No. 38.

Portada 2, Número 38, Colección Guerreros

Nivel de Iconicidad media



Macro unidades significativas de las portadas de revista no.38	
Producto comunicativo	Revista bimestral
Título del producto	Picnic
Formato	Impresión digital
Temática de la portada	*Guerreros*. Número dedicado a los retos que se presentan a lo largo de nuestra vida, desde una decepción amorosa hasta el éxito laboral
Técnica	Ilustración digital
Lugar de aparición dentro de la revista	Primera de forros /portada

Figura 4. 5. Elaboración propia

Matriz de análisis con macro unidades significativas de la portada No. 42

Portada 3, Número 42, Colección futurismo

Nivel de Iconicidad alta



Macro unidades significativas de las portadas de revista no.42	
Producto comunicativo	Revista bimestral
Título del producto	Picnic
Formato	Impresión digital
Temática de la portada	*Futurismo.* Número dedicado a uno de los temas que más apasiona al mundo, la interacción del ser humano con la tecnología y su impacto social.
Técnica	Ilustración digital
Lugar de aparición	Primera de forros /portada

Figura 4. 6. Elaboración propia

4.8 Affordances del objeto (Físicas y funcionales)

Matriz de análisis con affordances físicas y funcionales de la portada No. 35



Propiedades físicas

- Tipo de papel
  Couche
- Medidas
  A4
- Gramaje de papel
  75g
- Acabados
  Satinado



Propiedades funcionales

- Soporte
  Papel
- Orientación
  Vertical

Figura 4. 7. Elaboración propia

Affordances del objeto. (Físicas y funcionales)

Matriz de análisis con affordances físicas y funcionales de la portada No. 38



Propiedades físicas

- Tipo de papel
  Couche
- Medidas
  A4
- Gramaje de papel
  75g
- Acabados
  Satinado

Propiedades funcionales

- Soporte
  Papel
- Orientación
  Vertical

Figura 4. 8. Elaboración propia

Affordances del objeto. (Físicas y funcionales)

Matriz de análisis con affordances físicas y funcionales de la portada No. 42



Propiedades físicas

- Tipo de papel
  Couche
- Medidas
  A4
- Gramaje de papel
  75g
- Acabados
  Satinado



Propiedades funcionales

- Soporte
  Papel
- Orientación
  Vertical

Figura 4. 9. Elaboración propia

4.9 Affordances perceptuales

Elementos percibidos por el lector

Matriz de análisis con affordances perceptuales de la portada No. 35

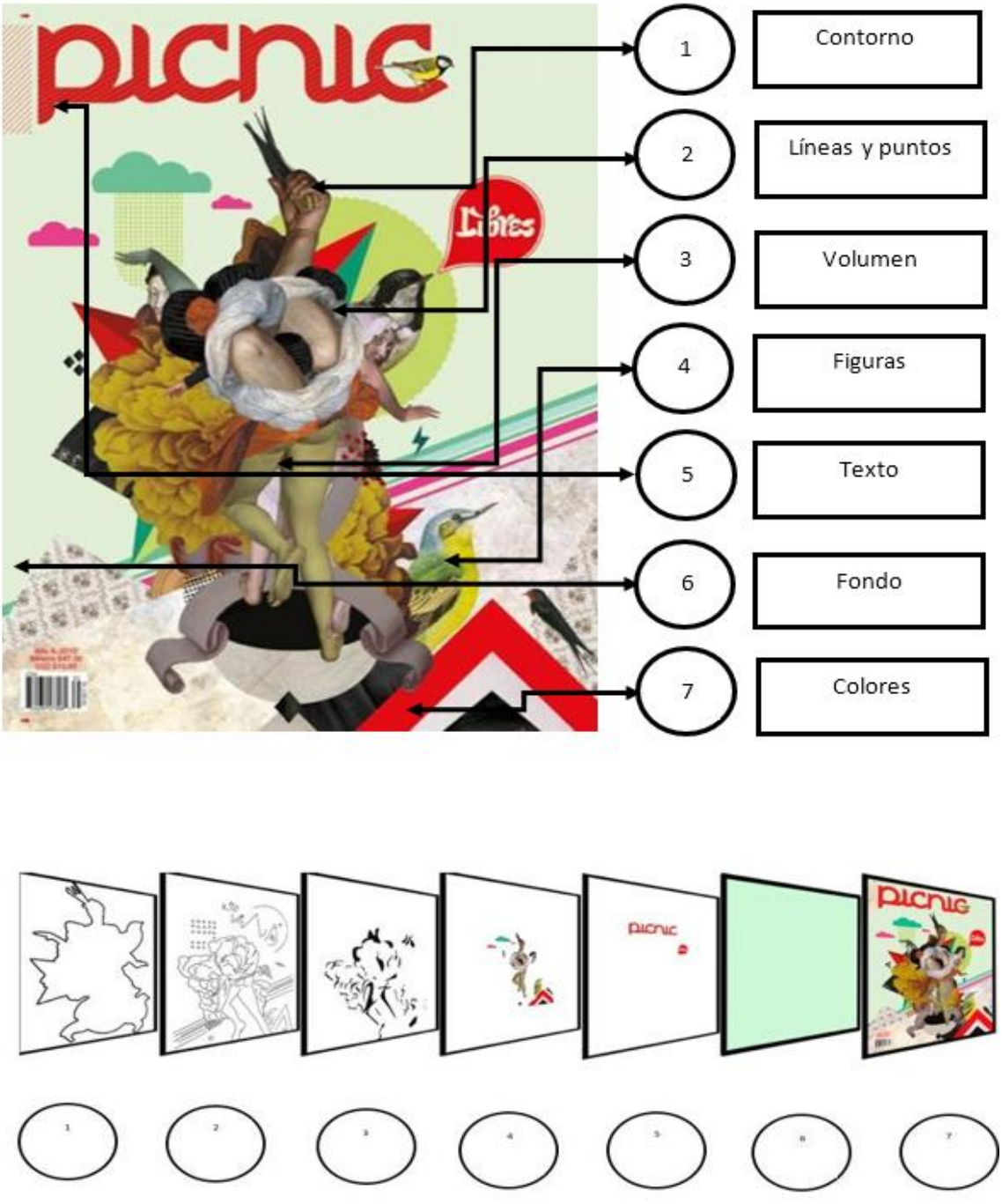


Figura 4. 10. Elaboración propia



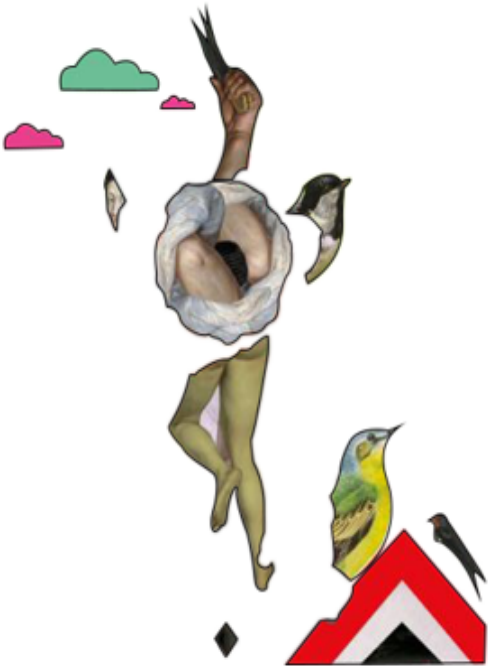
Aunque a simple vista, el contorno de esta ilustración no se nota con claridad, está presente en la mayor parte de la portada. Este elemento define los límites de la imagen principal en donde se encuentran, al mismo tiempo, la mayoría de los demás elementos de representación gráfica y donde el lector centrará su observación. Sus líneas son asimétricas y simétricas.



En toda la ilustración se puede observar que la línea como elemento de representación gráfica tiene una gran presencia. Las líneas que conforman las distintas imágenes se caracterizan por ser largas, delgadas, curvas, rectas, cerradas y abiertas. El propósito de ayudar a construir la representación de los objetos y figuras que conforman la ilustración principal. Los puntos en esta imagen, son usados para dar la sensación de movimiento que posee la lluvia cayendo de las nubes y su presencia es limitada



El volumen está representado por manchas oscuras que simulan sombras asimétricas para dar la sensación a las figuras de profundidad. El propósito es hacer parecer que los objetos de la ilustración sean lo más parecidos a la realidad. El volumen está colocado a un lado de las líneas haciendo una fusión entre los dos elementos por casi toda la imagen principal de la portada.



Las figuras como las aves, las nubes, connotaciones sexuales y encierros, son objetos guía que están colocados estratégicamente por el diseñador para relacionar la ilustración con la temática de la portada, en este caso "libres". Aquí se hace uso de la representación de objetos reconocibles en la realidad que aluden a la emoción de ser libres y se funden como una característica destacable en el proceso de decodificación del mensaje visual.



Aunque el texto es limitado, cumple un papel muy importante al ser un elemento que da pistas al lector sobre el título de la revista y la temática de la ilustración. También es oportuno mencionar que el texto funciona como un complemento de la ilustración y la ilustración para el texto. Cabe mencionar que en algunos casos la ausencia de texto puede provocar una polisemia del mensaje no deseado.

El fondo sirve para contextualizar y/o para contrastar y destacar algún objeto de la portada. En esta ilustración se observa que es un fondo de color verde uniforme que destaca la ilustración principal de la portada de forma muy clara. El color pertenece a la gama de colores cálidos y da la sensación de tranquilidad de acurdo a la psicología del color y que va acorde con el tema de ser libres.

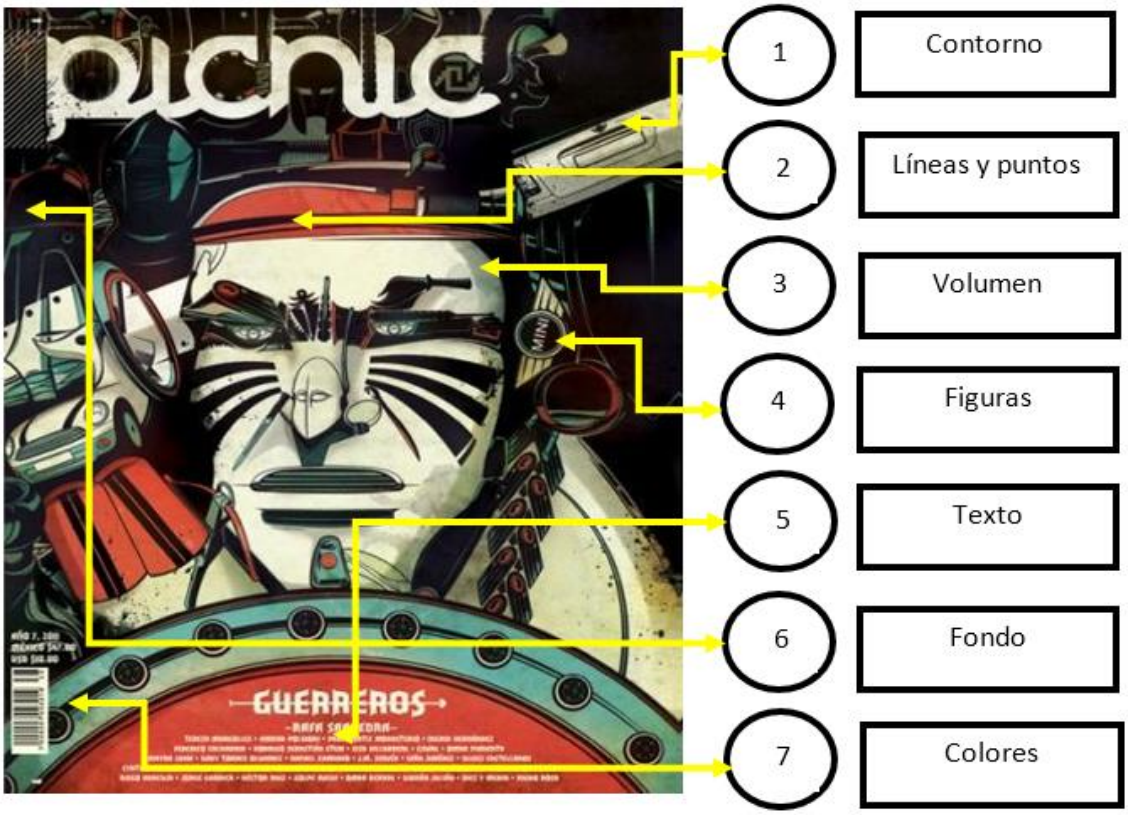


Los colores que se pueden apreciar son siete: Rosa mexicano para líneas diagonales, Carne para la piel de brazos y manos, Café para prendas de vestir, Rojo para figuras como los triángulos, Gris para parte del fondo Verde para el fondo y detalles de las aves y prendas de ropa y Negro para detalles en aves.

Los colores usados en la ilustración de portada, en conjunto pretenden dar una sensación de tensión de acuerdo a la piscología del color.

El color que destaca es el de la temática y el del título de la revista.

Matriz de análisis con affordances perceptuales de la portada No. 38.



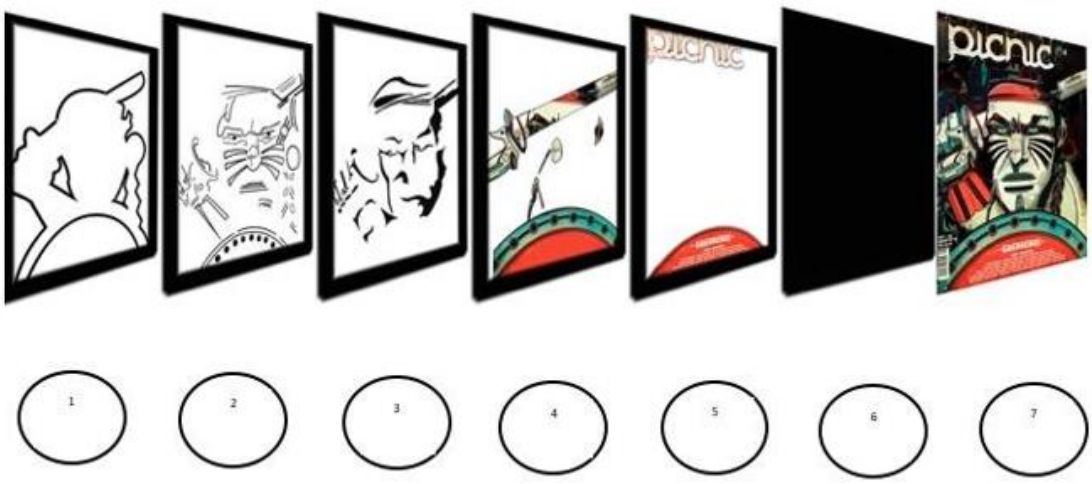


Figura 4. 11. Elaboración propia



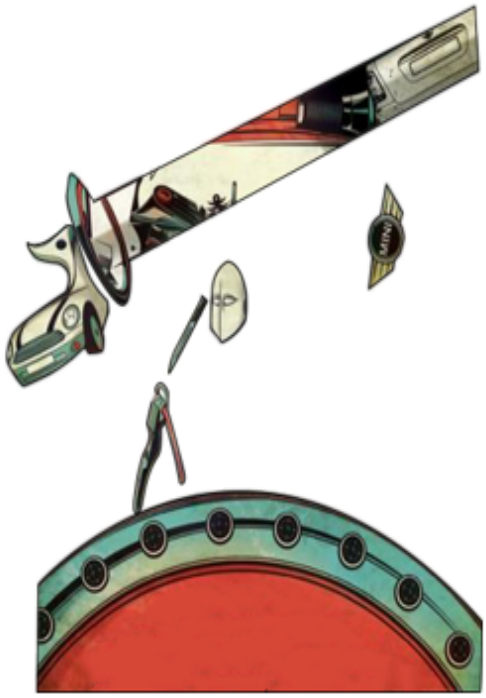
El contorno no es reconocible a simple vista, se encuentra en el centro ocupando casi la totalidad del espacio de la portada, obligando nuevamente a observar este lugar dentro de la revista. El contorno a su vez, está formado por líneas rectas, onduladas simétricas y asimétricas.



Las líneas conforman la mayor parte de la ilustración principal. Se puede observar que son líneas rectas, onduladas, simétricas y asimétricas que cumplen la función de dar forma a la imagen principal. Su grosor también varía, hay delgadas y gruesas. Las líneas onduladas tienen una mayor presencia logrando un fuerte impacto visual. Los puntos están colocados en la parte inferior creando un efecto de movimiento y de línea continua.



El volumen en esta ilustración es muy predominante para dar el efecto de profundidad y evitar que la imagen se vea plana. Su ubicación está principalmente en los detalles de los ojos, alrededor del rostro para definirla y entre los dedos de la mano. También se fusionan con algunas líneas para así generar con mayor fuerza la sensación de profundidad.

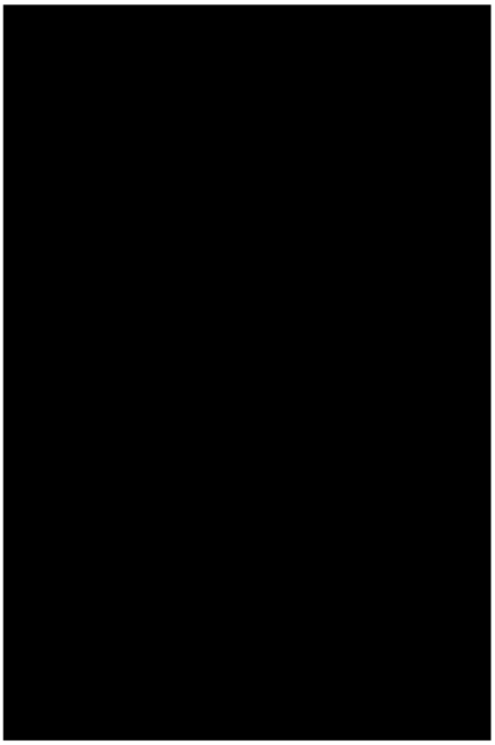


Las figuras aquí expuestas indican una clara relación con la temática de "Guerreros". Son figuras que están estrechamente ligadas a la vida cotidiana de cualquier persona, desde tener cosas materiales hasta luchar y defender lo que queremos. De esta manera estos elementos cumplen con el propósito de guiar al lector hacia la semiotización del mensaje de "Guerreros".



El texto está presente tanto en el nombre de la revista como en la parte inferior de la ilustración principal, refuerza y complementa los elementos figura para evitar una fuga infinita de interpretación del mensaje sobre "Guerreros". El texto tiene algunos elementos decorativos como una flecha, símbolo de lucha y resistencia. El color de la tipografía es blanca y resalta muy bien sobre el fondo rojo del escudo que da la sensación de energía y pasión.





El fondo es de color negro, uniforme sin degradado.

El fondo oscuro permite que los colores de la ilustración principal destaquen de forma clara. El color negro representa la ausencia de luz y por lo tanto está generalmente asociado con emociones negativas como tensión, miedo e intriga.



Los colores que componen a la ilustración de esta portada son cinco: rojo, verde, azul, gris y negro y pertenecen al grupo de los colores fríos a excepción del rojo. Esta gama de colores dan sensación de seriedad y profesionalismo, emociones que se deben tener cuando se está pasando por una mala experiencia y que se vincula con el tema de "Guerreros".

Matriz de análisis con affordances perceptuales de la portada No. 42

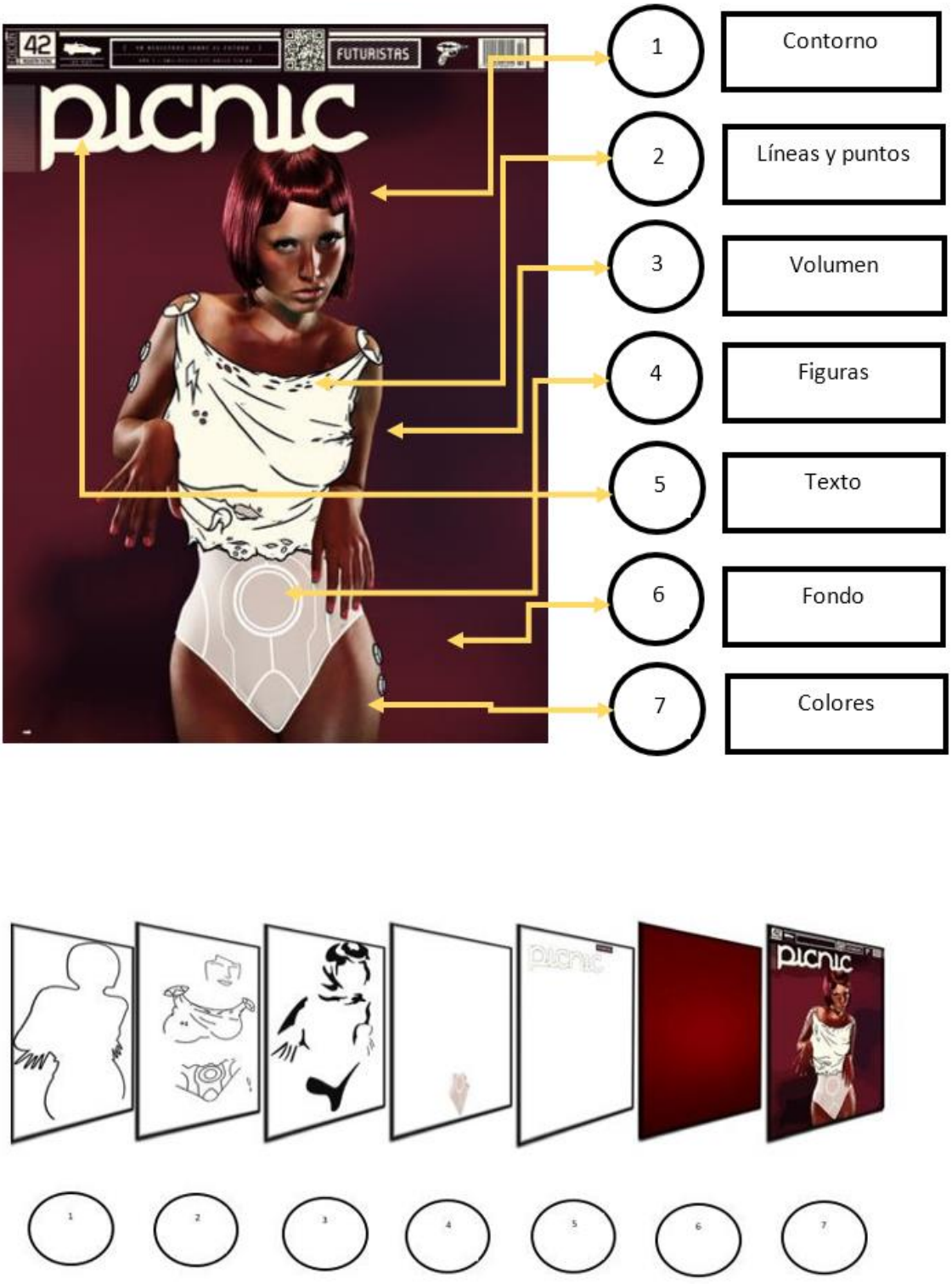


Figura 4. 12. Elaboración propia



El contorno está definiendo la imagen principal de esta portada, está conformada al mismo tiempo por líneas simétricas y asimétricas de un solo grosor. Es posible reconocer que el contorno pertenece a la postura de una persona. Su presencia abarca casi la totalidad del espacio de la portada equilibrando los espacios vacíos de lado izquierdo y derecho,



Se puede observar que existen líneas largas y cortas, asimétricas y simétricas que son del mismo grosor El número de líneas es poco y tienen diferentes direcciones y dan sensación de movimiento y pasividad. Algunas líneas ayudan a generar algunas formas como estrellas y círculos que ayudan construir y detallar la ilustración principal que hace referencia a entorno cibernético.



El volumen ayuda bastante a generar la sensación de tridimensionalidad en la representación de la persona. Las manchas oscuras se funden con los diferentes colores de la ilustración, generando una sensación de iluminación en toda la ilustración. La mayor parte de volumen se encuentra en el cuerpo y cabeza dándole mayor impresión de realismo a la ilustración principal.



Las figuras son pocas pero con una clara presencia, se encuentran en la ropa de la persona están funcionando como un elemento decorativo de la propia vestimenta para representar modernidad y elegancia a través de formas geométricas y que claramente hace referencia al tema "futuristas".



Prácticamente el texto no existe y solo se encuentra el tema "Futuristas" en un tamaño muy pequeño que complementa a la ilustración principal de la portada y el nombre de la revista en la parte superior.



El fondo es de un color uniforme con textura lisa y degradado uniforme. El color es rojo y pertenece a los colores cálidos. Generalmente este color se asocia con energía, misterio, y pasión, emociones que se vinculan con la idea del futuro. Al ser un color uniforme oscuro, permite destacar el resto de elementos que se encuentran en el espacio de la portada.



Los colores que se pueden observar son cinco: rojo, café, negro, gris y blanco. Todos estos colores pertenecen al grupo de colores cálidos que dan la impresión de energía, calidez y entusiasmo. El color que destaca es el blanco y se encuentra en la prenda de la persona obligando a que la vista se centre principalmente en esa zona de la ilustración.

4.10 Affordances Cognitivos

Matriz de análisis con affordances cognitivas de la portada No. 35

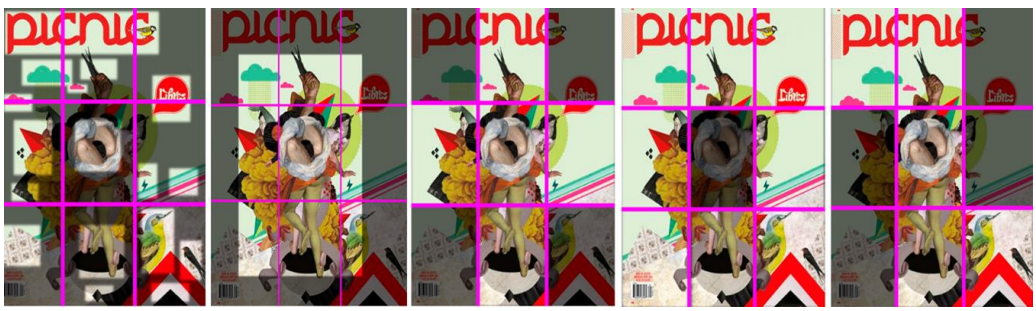
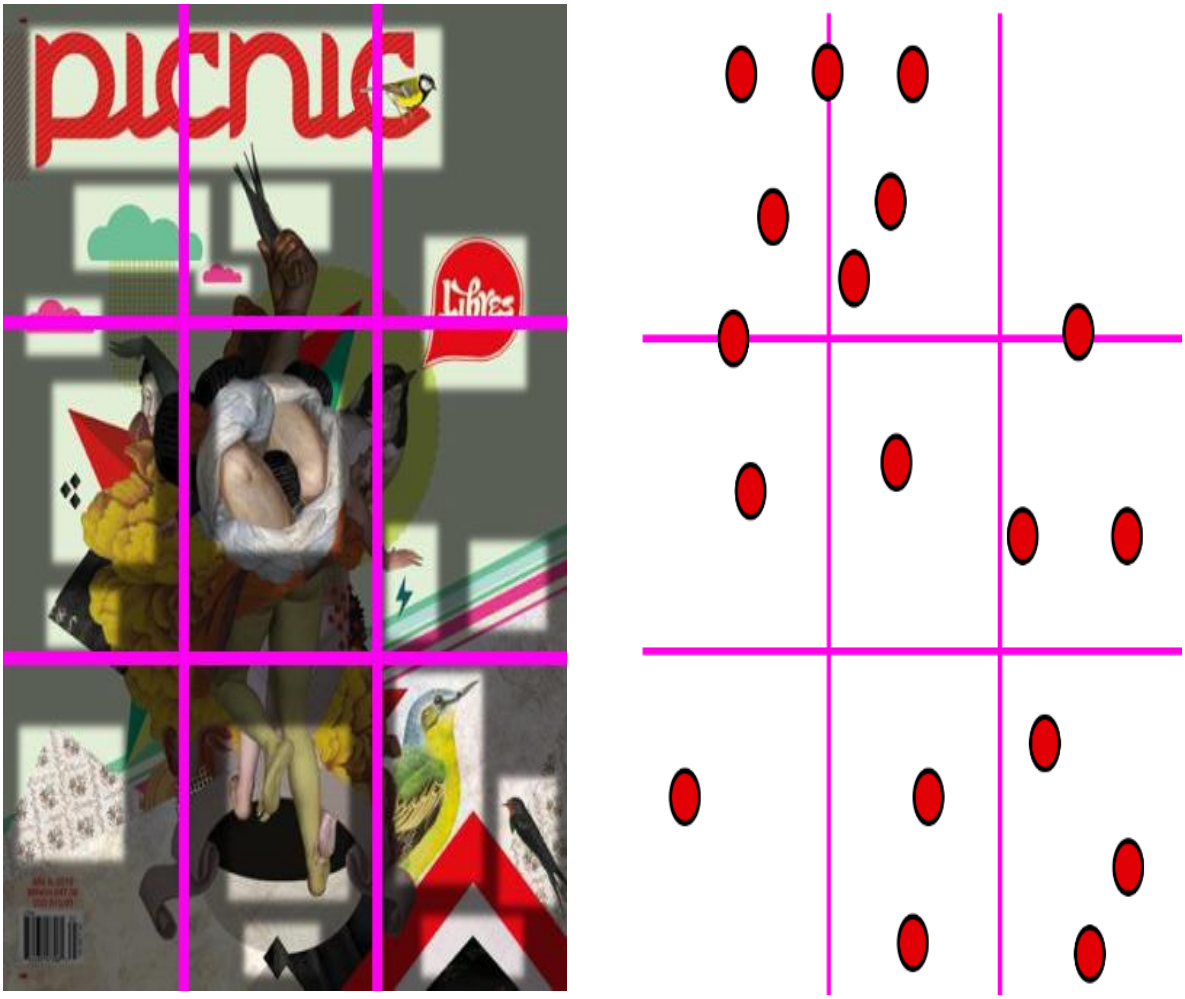


Figura 4.13. Elaboración propi

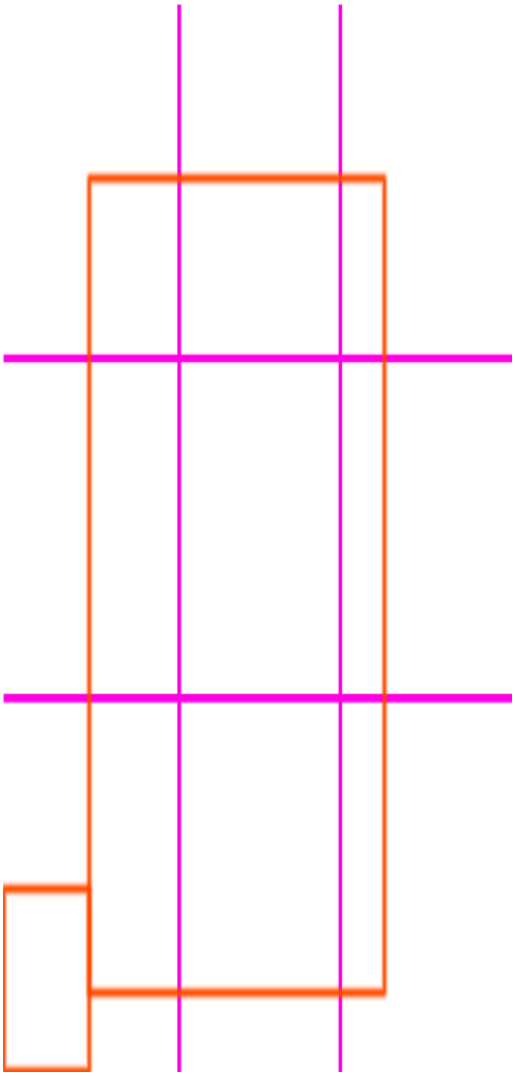
Composición



La composición es la forma en la que estás distribuidos todos los elementos gráficos, tiene el objetivo de crear armonía o caos. En esta portada la composición es dinámica, ya que como vemos a la izquierda en el sistema de módulos, los elementos gráficos no siguen un patrón específico, sino que se encuentran colocados por todo el espacio de forma irregular para abarcar la totalidad de la portada.

Tamaño

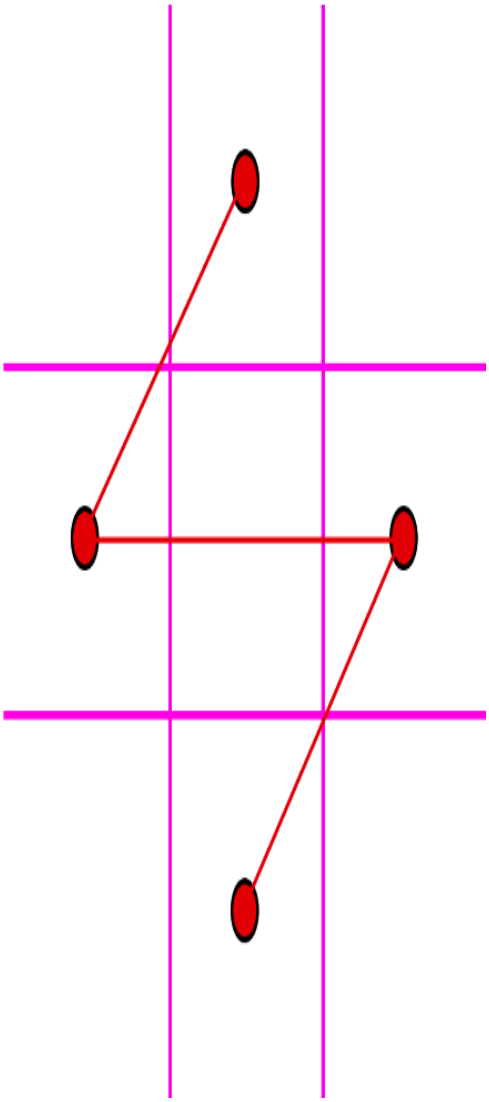




El tamaño es un elemento que genera la sensación de aproximación o cercanía con respecto a un objeto, de lado izquierdo tenemos la ilustración principal que destaca gracias a un fondo claro y que deja claro que abarca la totalidad del espacio como lo vemos en la imagen del lado derecho, el tamaño abarca varios módulos expresando la importancia que tiene esta imagen en la portada.

Atracción

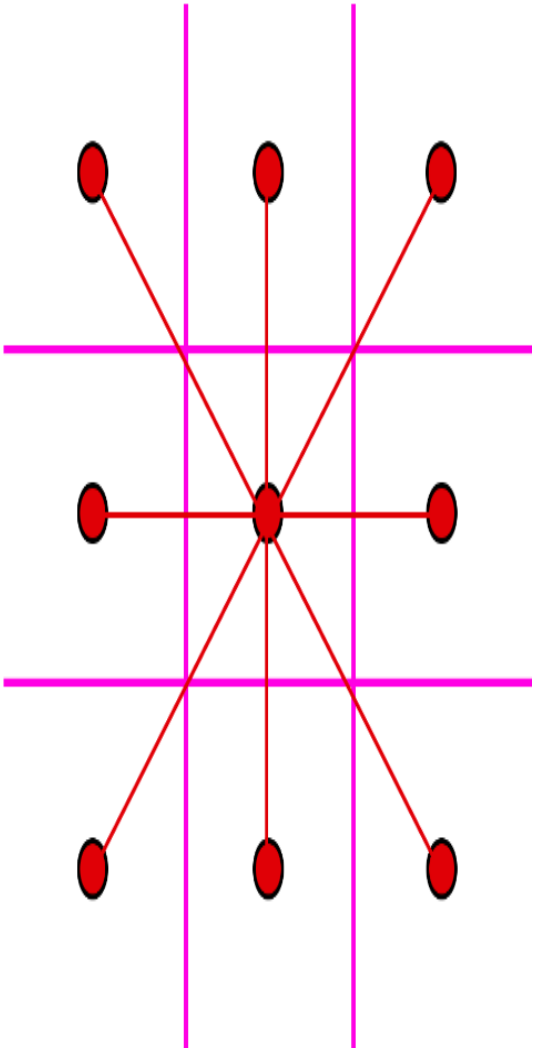




La atracción es el lugar en donde se encuentran los elementos de mayor relevancia y que los lectores deben observar. En esta portada, se puede observar que el lugar de atracción se encuentra en la parte central del espacio de la portada, allí se hayan figuras clave relacionadas con el tema de ser libres, tanto vertical como horizontal. En la imagen de la derecha, se puede observar los lugares estratégicos en donde fueron colocados los elementos para lograr esta atracción en forma modular.

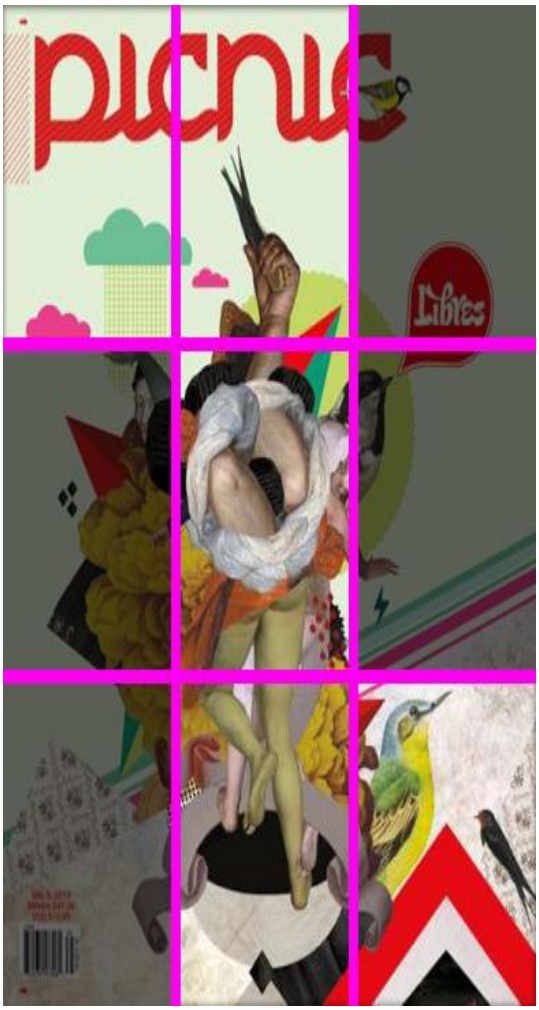
Equilibrio

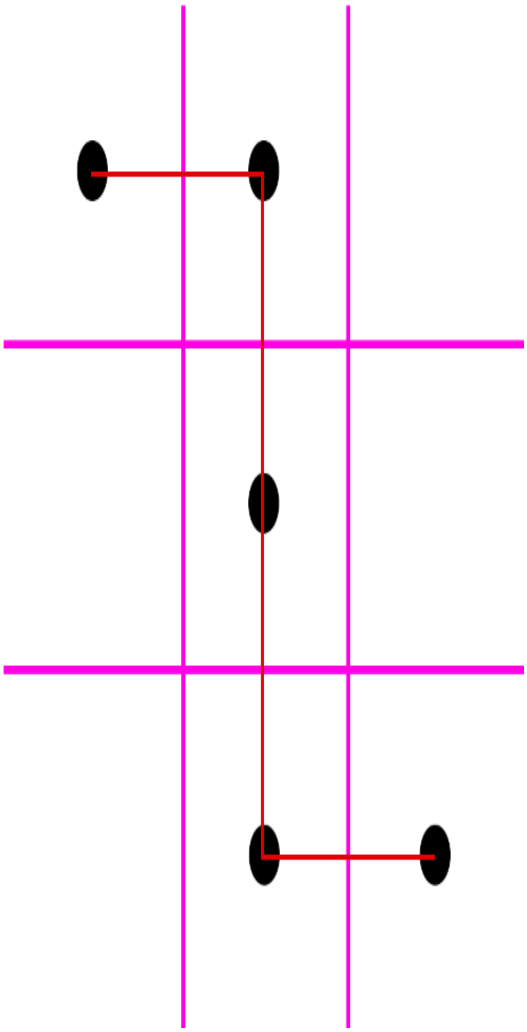




El equilibrio brinda sensación de estabilidad visual con relación al espacio físico, en la imagen de la izquierda se puede observar que los elementos gráficos se encuentran colocados y alineados con respecto al centro, esto da como resultado que al observar la portada no haya elementos que distraigan la vista hacia un punto no deseado. En la figura de la derecha se nota de manera muy clara como los elementos están colocados en cada módulo consiguiendo así el equilibrio en todas direcciones.

Tensión





La tensión, es el lugar en donde se encuentran la mayoría de los elementos gráficos generando una sensación de saturación y sobrecarga visual, con la intención de dirigir la mirada hacia ese lugar principalmente. La imagen de la izquierda muestra que la atracción se encuentra en la parte superior, inferior y centro. El título en la parte superior como la figura geométrica en la parte inferior, marcan los límites de la atracción para concentrarse en la parte central, lugar en donde se encuéntralas las figuras clave para entender la temática de ser libres. En la figura de la derecha, se muestra que claramente en que módulos se encuentran los elementos de atracción.

Matriz de análisis con affordances cognitivas de la portada No. 38

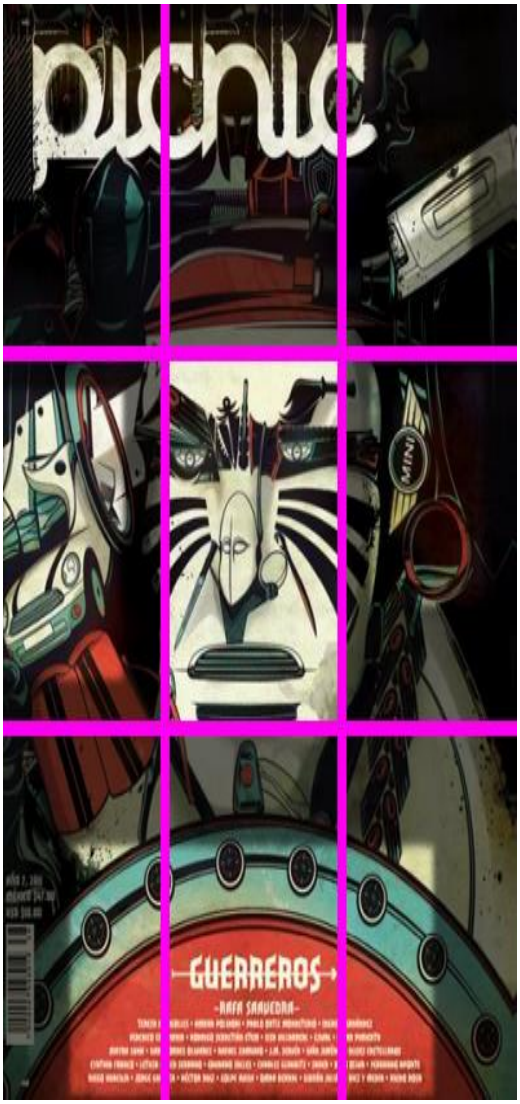


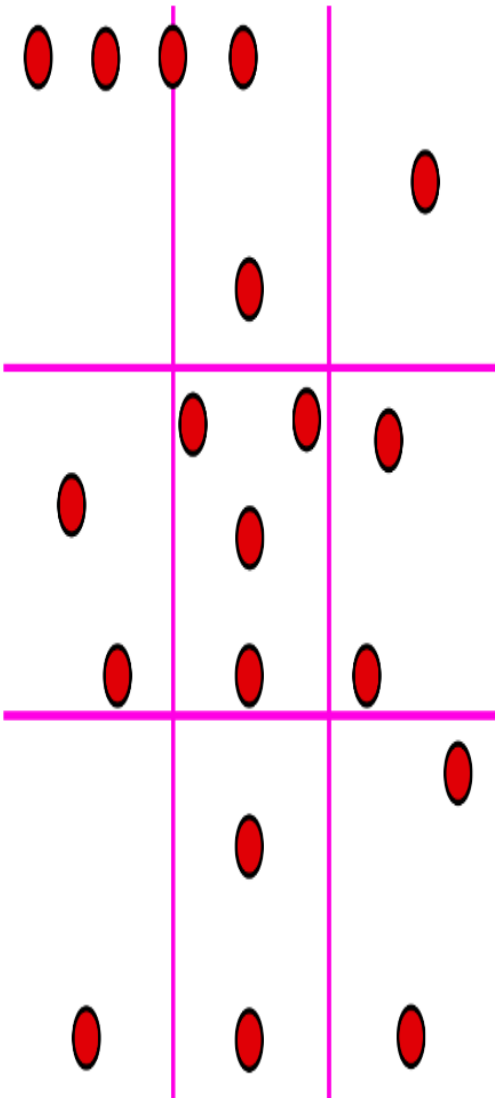


Composición Tamaño Atracción Equilibrio Tensión

Figura 4.14. Elaboración propia

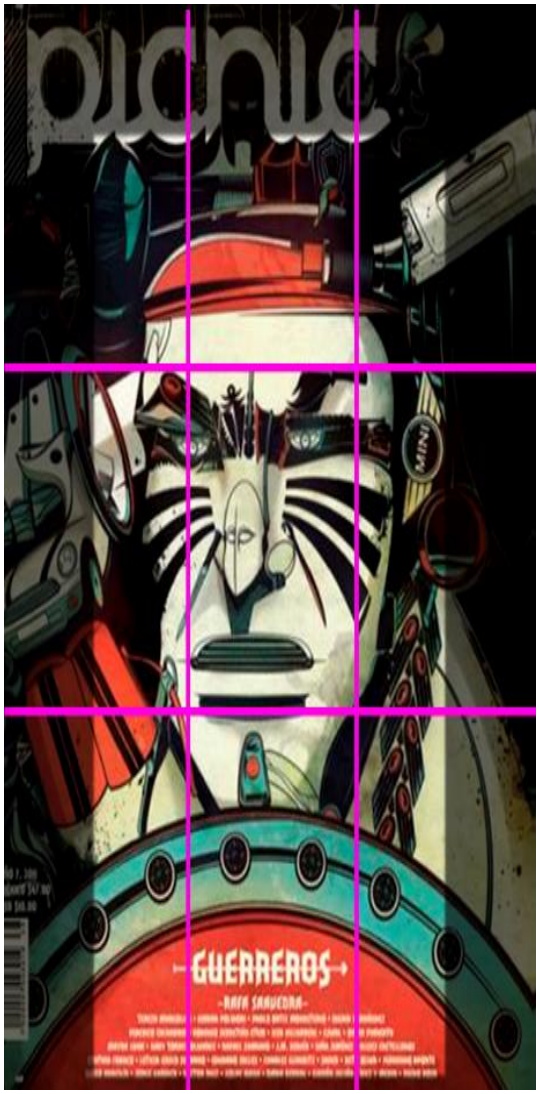
Composición

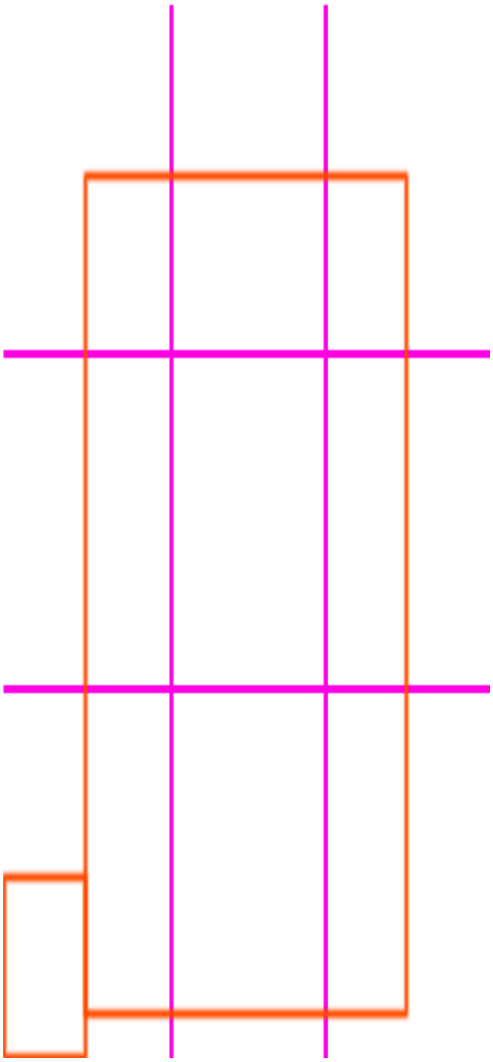




La composición en esta imagen también es dinámica, en la figura de la izquierda se puede apreciar que todos los elementos gráficos se encuentran colocados por toda la superficie de la portada, ayudando a generar sensaciones relacionadas con el caos y la incertidumbre, mientras que en la figura de la derecha, es claro que los elementos se encuentran en todos los módulos sin seguir algún patrón específico.

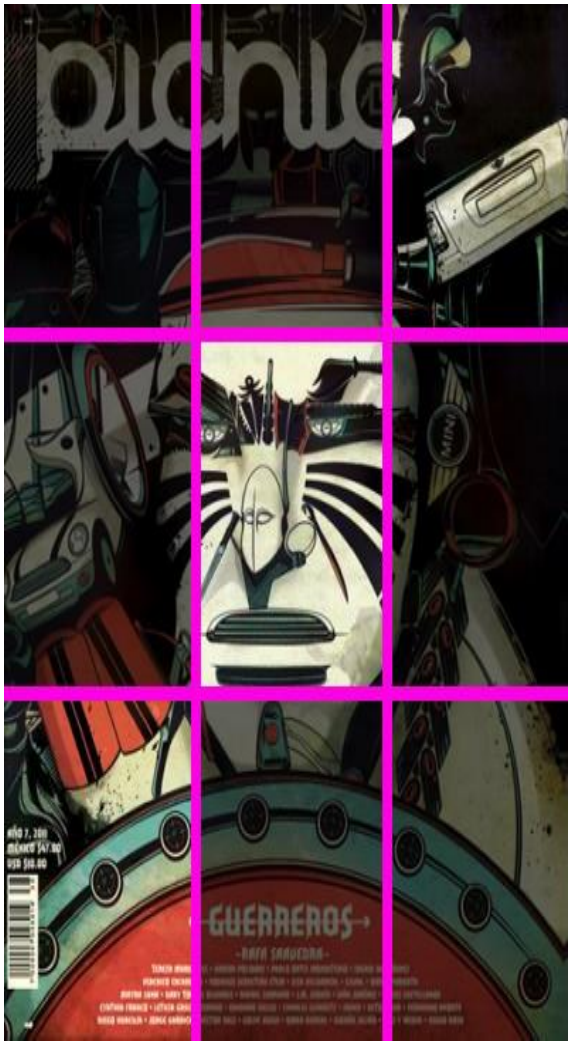
Tamaño

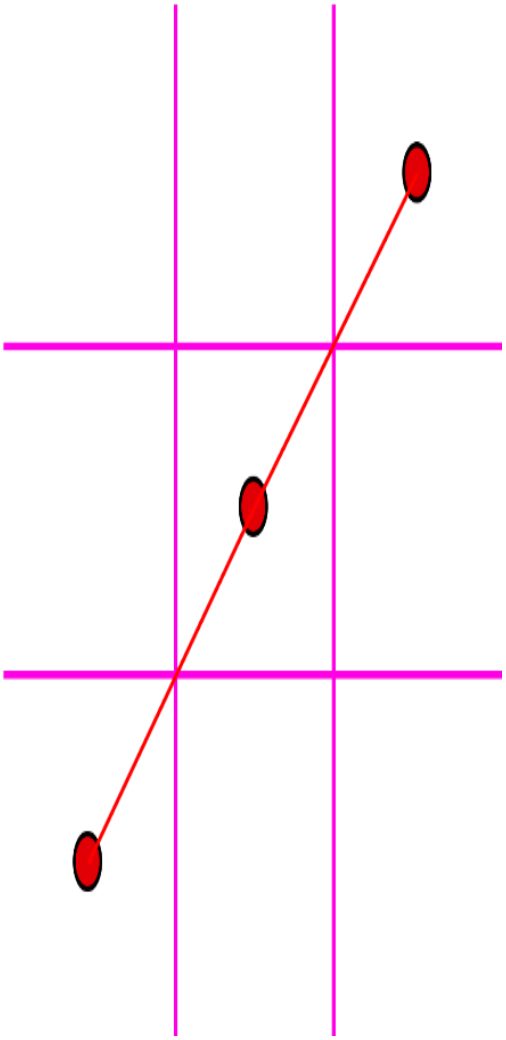




El tamaño es fácil identificarlo, algunas veces es posible observar que algunos otros elementos pueden definirlo como, por ejemplo, en esta imagen, el arma que está detrás de la cabeza hace la referencia de hasta dónde está colocada la imagen en la parte superior, mientras el escudo rojo, lo hace para la parte inferior, creando un margen de tamaño. En la figura de lado derecho se puede observar que, aunque el tamaño de la imagen principal no abarca la totalidad del espacio, si representa también abarca casi la totalidad de los módulos de la portada.

Atracción

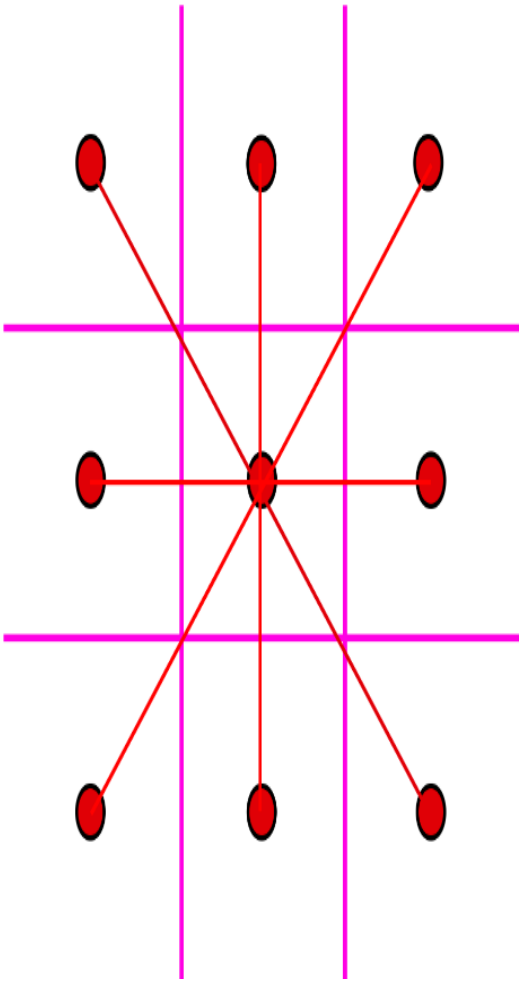




La atracción es un elemento que atrae la mirada hacia un punto específico, este puede encontrársele vertical, horizontal, horizontal o en cualquier otro lugar del espacio de la portada y representa una forma de llamar la atención del lector hacia ese lugar. La figura de la derecha representa de manera horizontal los principales elementos gráficos pese que hay más elementos alrededor y la figura de la derecha muestra que los módulos por donde se ejerce la mayor atracción dirigida al lector.

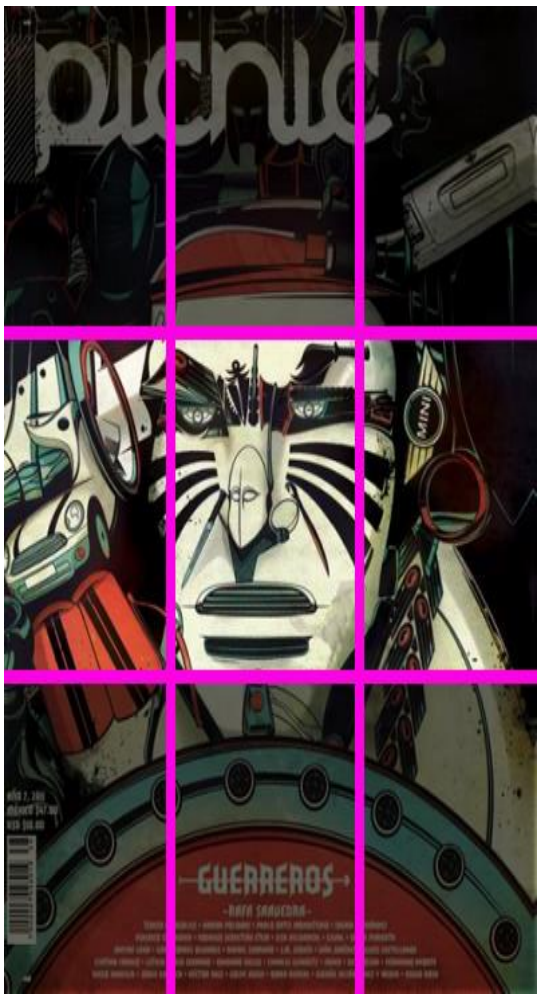
Equilibrio

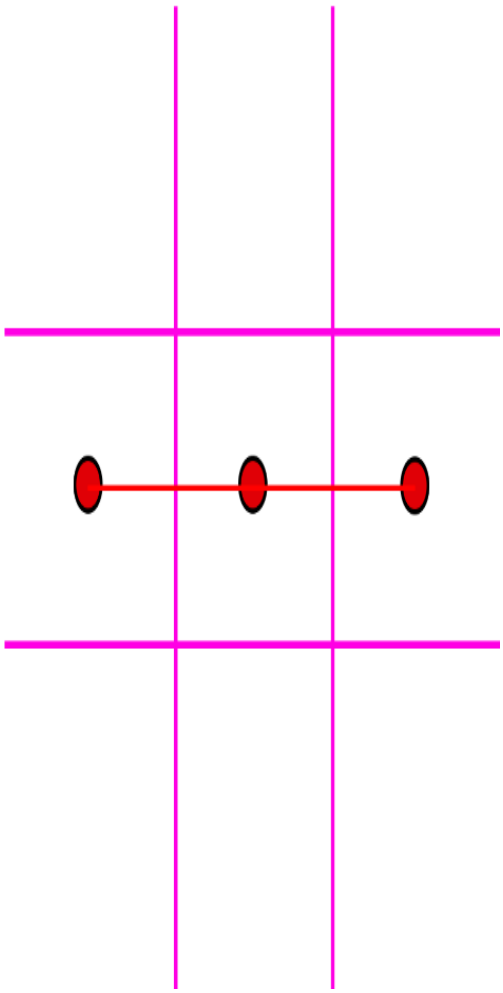




El equilibrio además de evitar distracciones innecesarias al momento de observar alguna imagen, también crea un espacio uniforme en donde todos los elementos gráficos están organizados a la misma distancia con respecto a sus demás elementos de interacción. La imagen de lado izquierdo es posible notar que existen elementos en los cuatro lados simulando un margen con respecto al centro, mientras que en la figura de lado derecho, es clara la presencia de elementos gráficos en todos los módulos creando un equilibrio entre sí.

Tensión





La tensión además de indicar en donde se encuentra el mayor número de elementos gráficos, también brinda sensación equilibrio. La imagen de lado izquierdo, muestra que la tensión se encuentra en la parte central horizontal y aunque en la parte superior en donde se encuentra el nombre de la revista y parte de la cabeza y el arma también existe tensión, existen más elementos clave en el centro. En la imagen de la derecha se muestra la los módulos que tienen mayor carga visual generando sensación de equilibrio tanto superior como inferior de donde se encuentra la tensión.

Matriz de análisis con affordances cognitivas de la portada No. 42

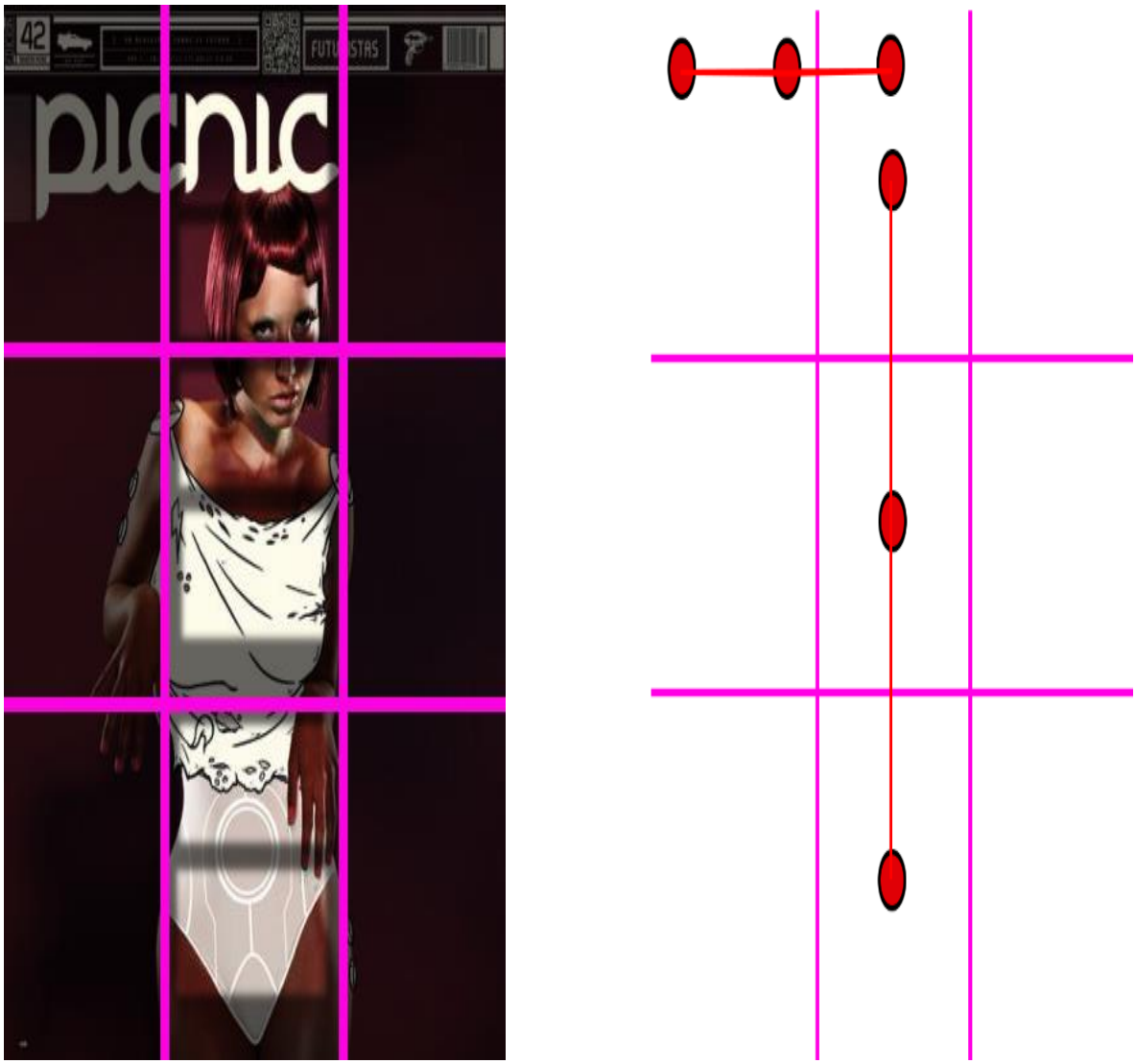




Composición Tamaño Atracción Equilibrio Tensión

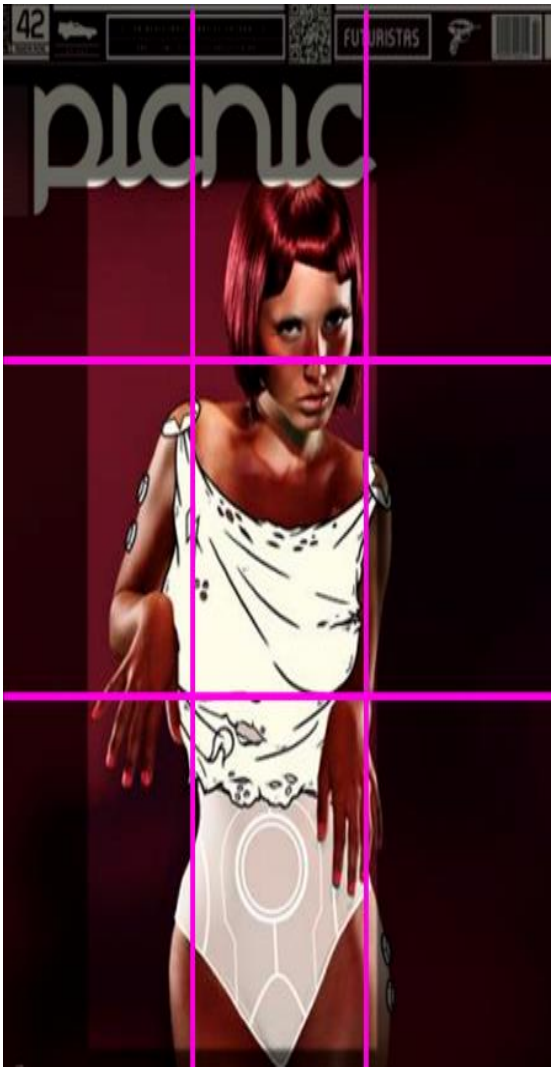
Figura 4.15. Elaboración propia

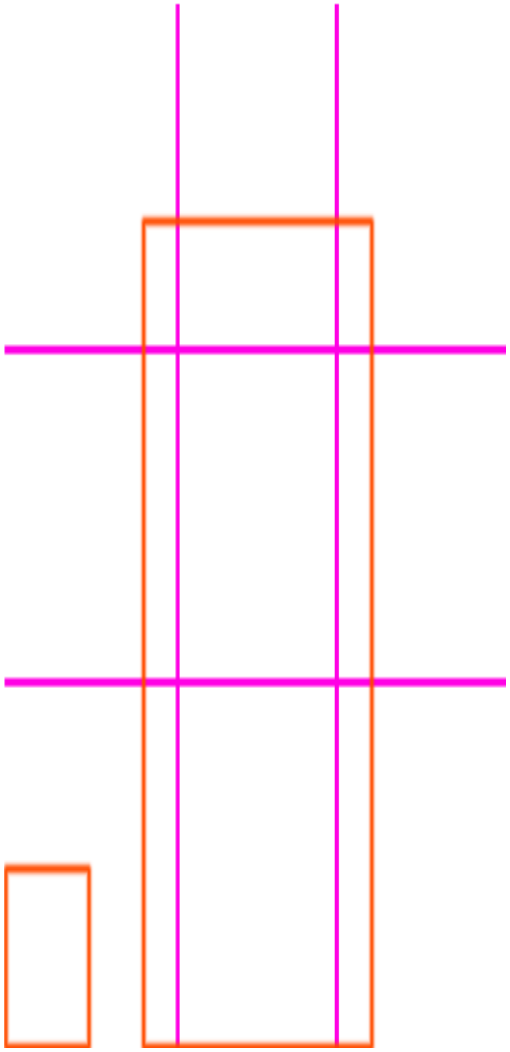
Composición



La composición además de ayudar a colocar los diferentes elementos gráficos para una eficiente y clara comunicación, también ayuda a generar sencillez y elegancia en los espacios como las portadas de una revista. En la figura de la izquierda es posible notar que existe una sola ilustración alineada al centro de forma vertical coincidiendo con el nombre de la revista en la parte superior permitiendo una mayor claridad de la ilustración principal de la portada. En la figura de la derecha se observa la simplicidad de la composición, manteniendo equilibrio y elegancia.

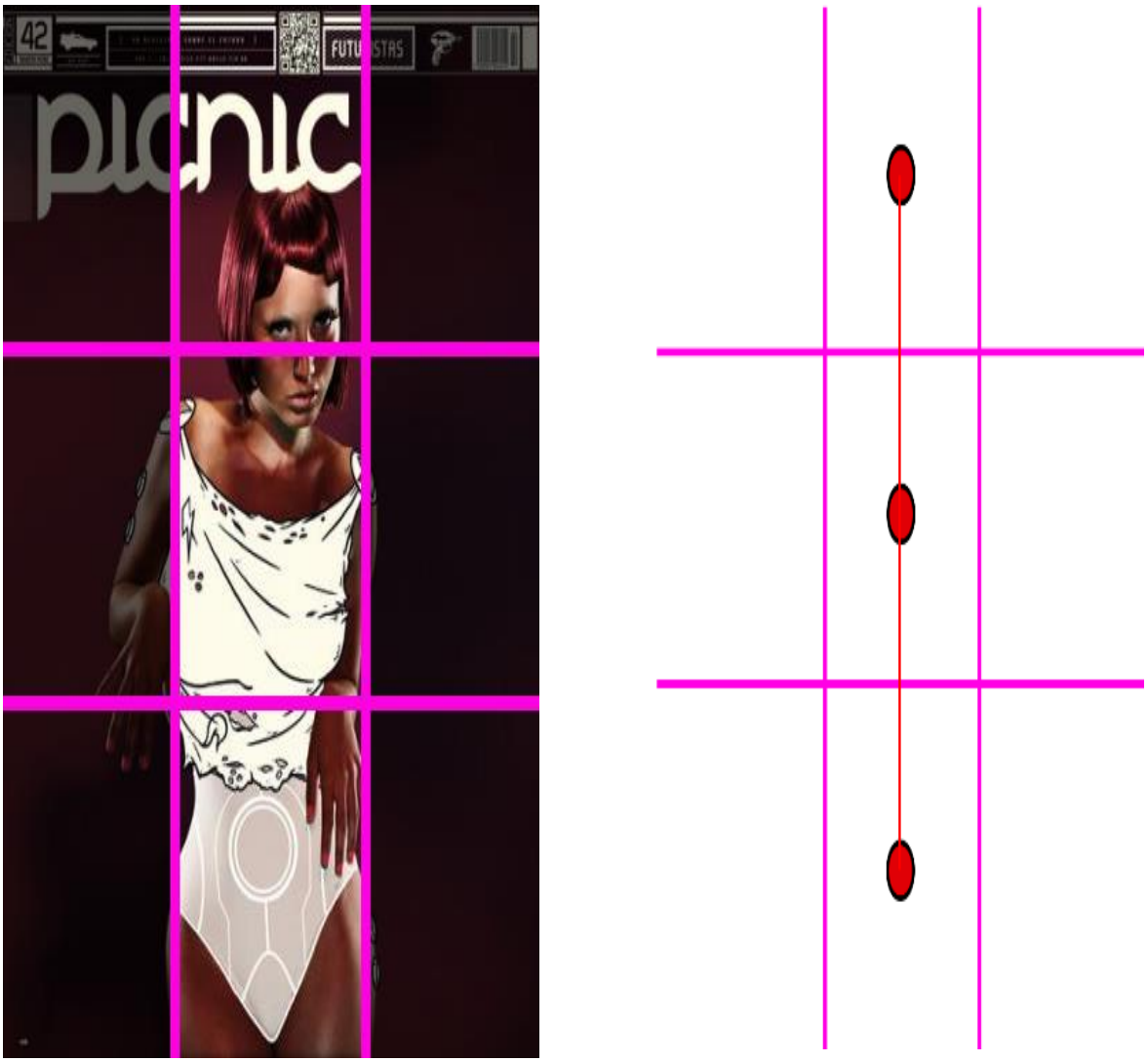
Tamaño





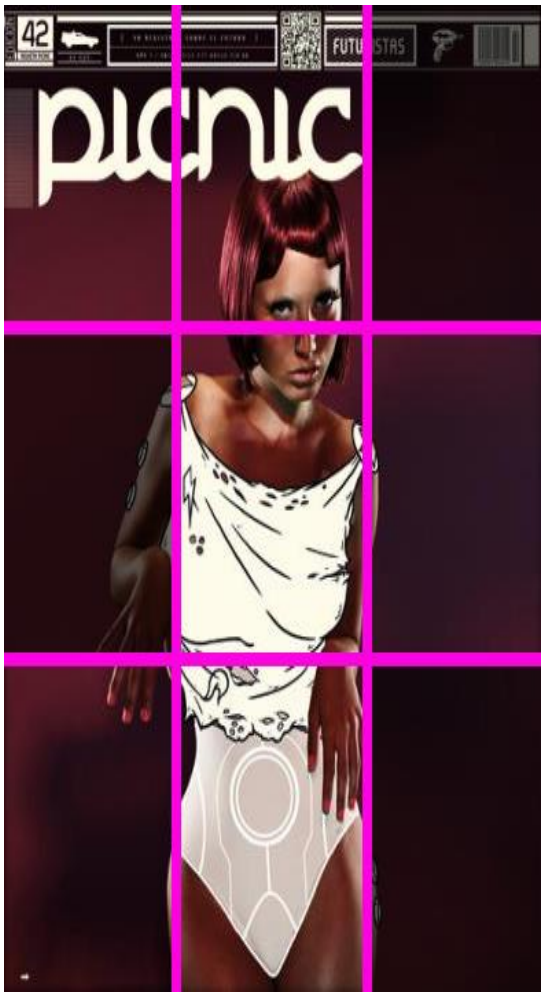
Aún que no es necesario, algunas veces el tamaño puede depender del número de elementos que conforma el sistema de lenguaje visual en una portada de revista, esto va a depender de si se trata de un objeto reconocible a primera vista o no. En la figura de la izquierda, es claro que el tamaño abarca la totalidad de la portada en forma vertical mientras que a los lados existe un espacio considerable sin ningún elemento gráfico más que el elemento fondo que al ser rojo permite destacar la ilustración principal. En la figura de lado derecho se manifiesta la intención del mayor espacio de la ilustración al centro de forma vertical.

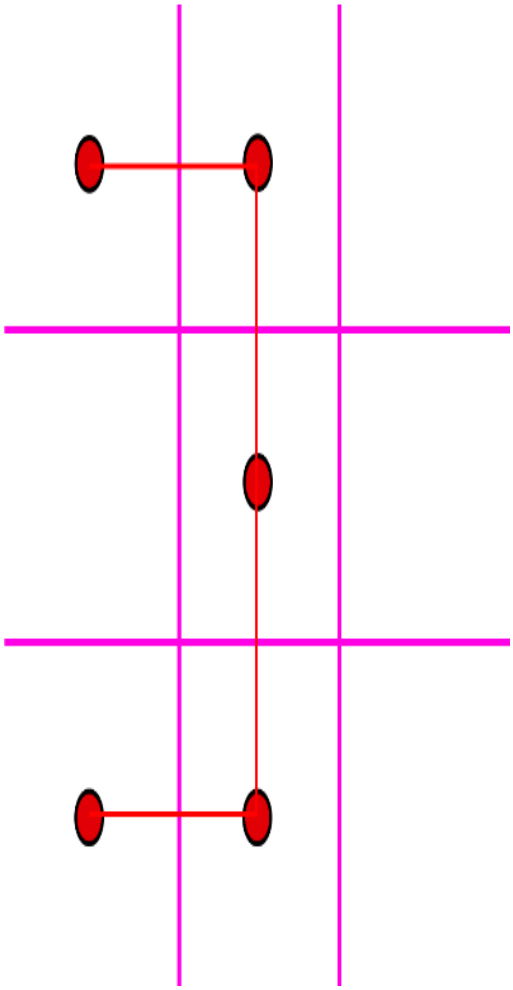
Atracción



La atracción tiene la capacidad de hacer centrar la mirada del lector hacía un punto específico de la portada aun cuando existan muchos elementos gráficos. En la imagen de la izquierda se observa que el punto de atracción se encuentra en la parte central de la revista y destacando su sencillez. En la figura de la derecha, se muestra la ubicación de los elementos de atracción generando una línea vertical en la parte central de la portada de la revista.

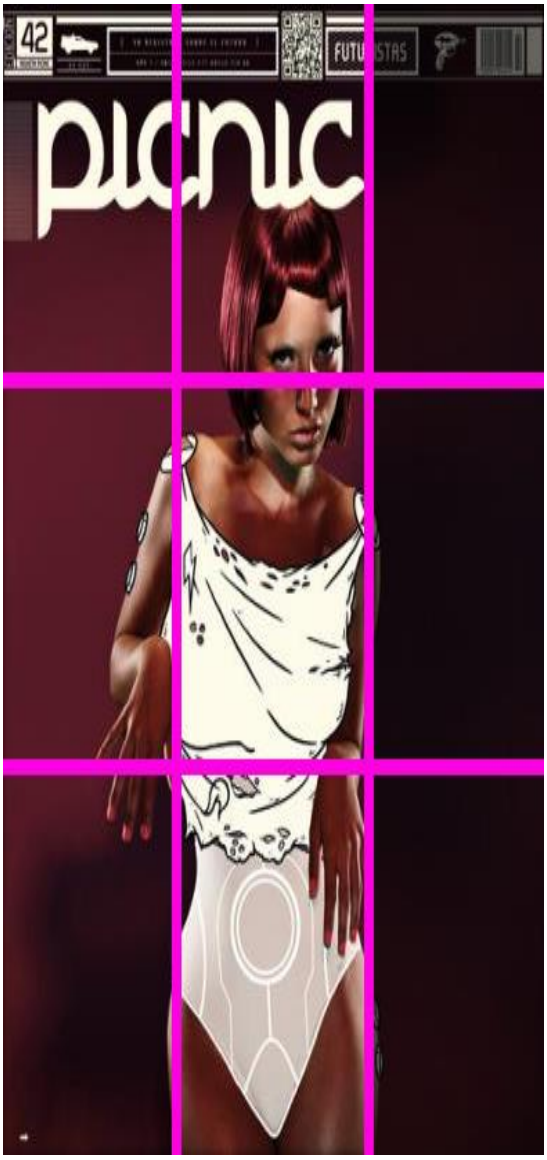
Equilibrio

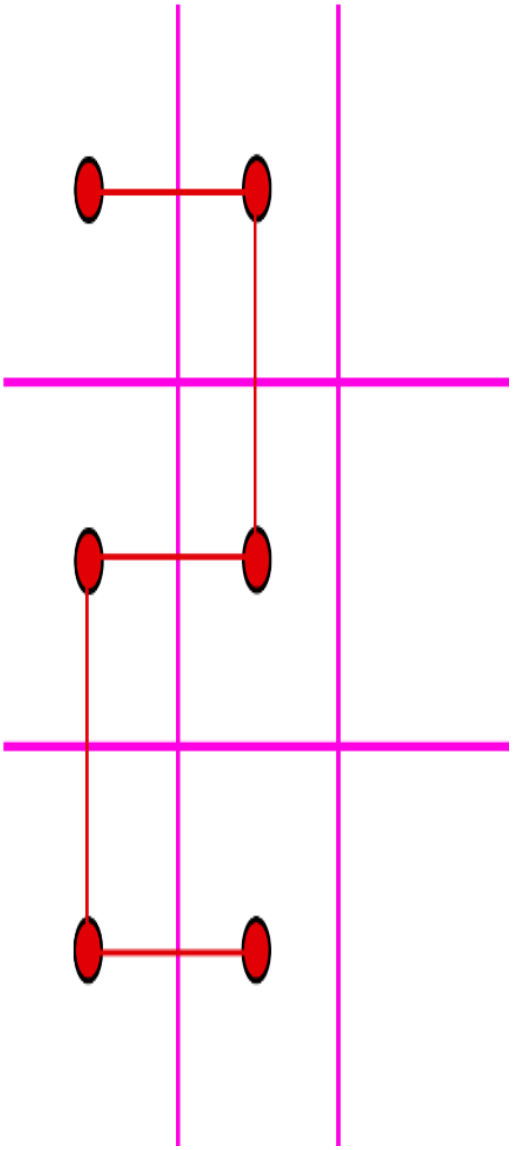




El equilibrio logra mantener una armonía visual del espacio con respecto a la ubicación de los elementos de representación gráfica de una portada. En la imagen de lado izquierdo es claro observar que los elementos que trasmiten la sensación de equilibrio, se encuentran colocados hacia el lado izquierdo, creando un margen superior e inferior, mientras que de lado derecho, la imagen muestra los módulos en donde están colocados los elementos en cada módulo en dos áreas, izquierdo para elementos principales del sistema visual e izquierdo para el espacio que actúa de contra peso del lado derecho creando el equilibrio visual deseado por el diseñador.

Tensión





En la imagen de la izquierda, es posible observar que la tensión se encuentra en la parte central hacía la izquierda, aunque se trata de una composición sencilla, la figura principal junto con el título de la revista crean la sensación de sobrecarga de elementos gráficos como lo muestra la figura de la derecha, en donde está claro que el espacio ocupado por la composición se encuentra en los módulos de la izquierda.

Resultados

Hallazgos obtenidos desde el diseño

Para poder analizar, describir y explicar de manera más amplia la observación del sistema visual de las portadas de la revista Picnic, propuse un modelo operativo que construí a partir de categorías de análisis de los afordances de Carlos Scolari (2004) y de las herramientas de diseño visual que describe María Acaso (2009) y D.A Dondis (2010).

La desarticulación de la estructura del sistema visual de la portadas analizadas a partir de la propuesta del modelo operativo con categorías de los affordances y herramientas de diseño, permitió identificar las reglas que permiten le construcción de su mensaje a partir de un sistema de lenguaje visual.

Los sistemas de lenguaje visual de las portadas analizadas están estructuradas por medio de elementos sígnicos claves pero no siguen reglas específicas de combinación para generar un mensaje, ya que cada revista presentó diferentes formas de combinación partiendo de elementos que vinculan a su propio contenido.

Las tres portadas analizadas se componen por imágenes vectoriales que ocupan todo el espacio/estructura de la portada construidas a partir de diversos signos visuales como, por ejemplo, colores que contrastan con el fondo, diversas figuras de menor tamaño con respecto a la ilustración principal y están enfocadas en enganchar visualmente a los lectores.

También se logró identificar que todas las portadas analizadas tiene una estructura como espacio de interacción en donde se encuentran diversos elementos visuales

actuando como signos que representan objetos que pueden o no existir en la realidad y que en conjunto se relacionan para formar un sistema que permite al lector/ observador construir un mensaje.

Dentro de las portadas se pudo destacar que existen signos que son fáciles de identificar como por ejemplo, figuras, colores, texturas, líneas, puntos, tamaños y fondos. Su clara presencia se debe a su baja abstracción de diseño y por su alto nivel de iconocidad con respecto a la realidad.

Por el contrario, los signos que no son fáciles de percibir son aquellos que tienen un nivel de abstracción alto y un bajo nivel de iconocidad, es decir, anatómicamente no es posible reconocer de que objeto se trata o simplemente no se encuentra visible a simple vista, por ejemplo, tensión, atracción y equilibrio.

La manera en que se distribuyen los elementos visuales o signos en toda la estructura del sistema de las revistas es a través del uso de la configuración y organización. La configuración ayuda a clasificar que elementos más apropiados partiendo de sus características físicas mientras que la organización ayuda a distribuir los signos por toda la estructura para crear composiciones visuales.

El diseño de las portadas depende del contenido de la revista, sin embargo, sin importar cuál sea el contenido, todas las portadas estuvieron conformadas por signos visuales que forman al mismo tiempo un sistema de comunicación visual por medio de una estructura que provoca el proceso de semiósis, que es la facultad de atribuir un significado a los signos que se observan mediante la vista por parte del lector/ observador.

El uso de affordances físicas y funcionales demostró que las revistas analizadas tienen una organización desde el soporte hasta la orientación en que pueden ser leídas, sin embargo, hay macro unidades que no son tan visibles a simple vista por que sus referencias se encuentran en menor tamaño con tipografía muy pequeña.

En cuanto los affordances perceptibles y de organización evidenciaron que se pueden observar con claridad signos de representación gráfica como colores, fondos, líneas, figuras, texto y textura, mientras que los elementos de organización son menos fáciles de identificar, por ejemplo, su composición, la tensión, equilibrio y la atracción.

Se identificó que las tres portadas analizadas están integradas por una imagen principal mediante ilustraciones digitales. El género al que pertenecen las tres portadas de acuerdo a su composición visual es conceptual porque desarrollan un mensaje a partir de líneas, puntos colores, figuras y tamaños.

Hallazgos que relacionan el diseño con la comunicación y la cultura

Estructuralmente las portadas de las revistas son el elemento más importante porque es la primera información que el lector/ observador percibe a través de un sistema de lenguaje visual que concretiza un mensaje que representa el contenido de la publicación.

El contenido que aborda es sobre manifestaciones visuales como el cine, teatro, iluminación, pintura, ilustración gráfica y temas contemporáneos polémicos sobre estas expresiones, tanto México como en todo el mundo.

Para conseguir que las imágenes de las portadas de revista tengan un verdadero impacto en los lectores, el diseño editorial se ayuda de las herramientas del lenguaje visual. El lenguaje visual es uno de los cuatro sistemas estructurados que el hombre ha desarrollado para enunciar mensajes o transferir cualquier tipo de información por medio de signos visuales.

Partiendo de lo anterior, las revistas son un producto comunicativo que satisface necesidades específicas de grupos de personas de determinada, edad, género, gustos o intereses y profesión pertenecientes a un contexto determinado.

La intención comunicativa está determinada por el tipo de contenido y el tipo de lector que es su audiencia. El tipo de lector al que está dirigida esta publicación es para jóvenes de entre los 20 y los 35 años de edad con intereses en la formación del diseño en general.

La narrativa visual de las portadas analizadas se genera a partir del grado de su iconicidad que puede ser alto, medio y bajo. El grado de iconicidad fue alto para la revista con tema sobre futuristas, ya que la referencia del mansaje visual es claro a simple vista, medio para guerreros porque hay elementos visuales medio reconocibles y bajo para revista con temática de libertad, porque todos los elementos están mezclados formando una imagen abstracta que obliga a realizar un proceso de decodificación más riguroso

Las tres portadas analizadas carecen de texto para generar un mensaje, sin embargo, semióticamente, la comunicación se da a través de los signos visuales

como colores, texturas, figuras, tamaños, fondos, líneas y puntos que se combinan de múltiples formas entre sí para generar un mensaje con sentido.

Los signos visuales de acuerdo a la semiótica, son cualquier objeto que se puede observar a través de la vista por medio de sus estructuras concretizados por modelos que pueden ser reales o no y que permiten atribuirles un significado.

Los signos visuales hallados en las tres revistas pertenecen a objetos que existen en la realidad, algunos de ellos son tan importantes dentro de la revista que fungen como signos clave que dan indicios a los observadores/lectores de que trata el mensaje central de la portada de las revistas.

Un aspecto muy importante a destacar es que todos los signos visuales que aparecen en las tres portadas analizadas siguen un proceso de significación que está organizado por el diseñador/proyectista aunque el significado atribuido por los lectores/observadores se vuelva incontrolable gracias a la semiosis mental derivada de múltiples grados de experiencias.

El proceso de significación se da mediante un proceso mental llamado semiósis, dicho proceso se lleva a cabo mediante las imágenes percibidas por los lectores por medio del sentido de la vista, permitiendo la decodificación de un mensaje creado mediante el lenguaje visual a través del mismo código.

Existen varios tipos de portadas de acuerdo a su intención comunicativa: Portadas figurativas. Se caracterizan principalmente por contener imágenes claramente identificables con el tema principal de la publicación.

Portadas abstractas. Suelen contener imágenes de objetos con características físicas sobre exageradas que no corresponden a la realidad. Son portadas que están reservadas para suplementos y/o para publicaciones relacionadas con temas de arte, música, fotografía, videojuegos y temas de divulgación.

Portadas textuales. Las portadas textuales son aquellas en donde el texto funge como imagen a manera de ilustración. Usualmente este tipo de portadas, permiten el uso de diferentes familias tipográficas experimentando posición, tamaño y color.

No obstante, hay publicaciones que juegan con los elementos para crear narrativas originales más allá de lo tradicional, pero siempre conservando la relación de identificación. El empleo de este tipo de imágenes está orientado a publicaciones relacionadas con la moda, la ciencia, arquitectura y política.

Hallazgos históricos sobre el origen de las revistas

Los resultados que se obtuvieron a lo largo de este trabajo de investigación giran en torno al proceso editorial haciendo énfasis particularmente en el análisis del diseño de los signos que conforman el sistema visual de cada portada de la revista Picnic analizada.

Se conoció históricamente los diversos acontecimientos que dieron origen a las revistas, como por ejemplo, la invención de la escritura, la llegada del papel y las primeras técnicas de impresión, sin embargo, la invención de la imprenta significó el invento que mejoró el diseño e impulsó a la revista como medio de comunicación.

La rapidez con que la imprenta logró reproducir libros y periódicos generó el surgimiento de las revistas. Las revistas rompieron con el formato tradicional de

diseño y propició la apertura de nuevas ideas de composición y diseño para llegar a un mayor público, diversificando su contenido para diversos lectores con intereses específicos.

Más tarde con la llegada de la computadora, se comenzaron a desarrollar una gran cantidad de herramientas exclusivas al diseño de libros y revistas. El uso de la computadora facilitó la tarea del proceso de diseño y permitió la experimentación con nuevas técnicas que lograron desarrollar métodos editoriales.

Las herramientas utilizadas para diseñar portadas de revistas, también han evolucionado de acuerdo a los avances tecnológicos. Algunos programas que más se usan en esta profesión son: *Corel Draw, Illustrator e Inkscape, Photoshop, Corel Photoshop y Fireworks.*

Actualmente y gracias a los avances tecnológicos, el diseño editorial ha conseguido posicionarse como una de las ramas más importantes dentro del diseño gráfico. Su enseñanza y especialización va desde cursos/talleres hasta carreras impartidas por diversas instituciones educativas de México y el mundo, incluso foros y espacios dedicados al diseño para concientizar su importancia sociocultural e impacto económico.

La profesión que se encarga de realizar el diseño de las composiciones visuales para una portada de revista es el diseño editorial. El diseño editorial es una de las diferentes ramas del diseño gráfico que tienen el propósito de analizar, planear y ejecutar mediante una metodología sistemática, un producto visual que responda a las necesidades comunicativas en función a los intereses de los lectores.

La intención de las revistas es entretener, informar y divulgar temas de interés para sus lectores meta y por ello debe escoger correctamente cada elemento de composición gráfica.

Las herramientas del lenguaje visual que ayudan a concretizar a las imágenes de las portadas de las revistas son el punto, la línea, fondo, color, textura, tamaño, equilibrio, peso, tensión y equilibrio. Cabe Destacar que estos elementos son los que permiten establecer la composición del diseño para establecer un mensaje visual que se relacione con el contenido de la revista.

Para una mejor organización, los elementos del lenguaje visual se han clasificado en dos categorías: herramientas de composición y de configuración. Las herramientas de composición tiene el objetivo de colocar las imágenes dentro del espacio de la portada en el lugar que más convenga de acuerdo a las necesidades y propósitos de la revista. Las herramientas de configuración, tienen el objetivo de establecer las características físicas de cada imagen para generar sensaciones de textura al momento de observarlas.

A continuación se presentan algunas matrices de análisis que demuestran patrones de semejanza y diferencias en los elementos visuales (signos visuales) de configuración y composición presentes en las portadas analizadas y que complementan los resultados obtenidos del análisis.

Cuadro 1.

Elementos de configuración presentes			
	Portada No. 35	Portada No. 38	Portada No. 42

Contorno	✓	✓	✓
Líneas	✓	✓	✓
Puntos	✓	✓	✓
Volumen	✓	✓	✓
Figuras	✓	✓	✓
Textos	✓	✓	✓
Fondo	✓	✓	✓
Colores	✓	✓	✓

Análisis obtenido del cuadro 1.

Semejanzas. Los nueve elementos de lenguaje visual seleccionados para analizar las tres revistas, son claramente visibles a la vista, demostrando que el impacto visual que tienen cuando están colocados en las portadas de una revista.

Diferencias. No hay diferencias, las tres portadas presentaron los nueve elementos visuales.

Cuadro 2.

Elementos de composición presentes			
Atracción	✓	✓	✓
Composición	✓	✓	✓
Equilibrio	✓	✓	✓
Tamaño	✓	✓	✓

Tensión	✓	✓	✓

Análisis obtenido del cuadro 2.

Semejanzas. De igual forma que los elementos de representación gráfica, los seis elementos seleccionados para el análisis de composición, también están presentes en las tres portadas analizadas, esto indica que todos los elementos están vinculados para generar una narrativa visual con un propósito específico.

Diferencias. No hay diferencias, los seis elementos de composición se encuentran presentes en las tres portadas.

Cuadro 3.

Elementos de configuración que tienen mayor presencia			
	Portada No. 35	Portada No. 38	Portada No. 42
Líneas	✓	✓	✓
Puntos	✓	✓	✓
Colores	✓	✓	✓

Análisis obtenido del cuadro 3.

Semejanzas. Cuando se observa cada una de las tres portadas, existen algunos elementos que se perciben debido a la repetición o al predominio visual. De los nueve elementos de configuración, solo tres elementos predominan para las tres portadas: líneas, puntos y colores.

Diferencias. Contorno, volumen, texto y fondos tienen menor presencia ya que se a simple vista no se logra identificar pasando desapercibidos.

Cuadro 4.

Elementos de composición que tienen mayor presencia			
	Portada No. 35	Portada No. 38	Portada No. 42
Atracción	✓	✓	✓
Composición	✓	✓	✓
Equilibrio	✓	✓	✓
Tamaño	✓	✓	✓
Tensión	✓	✓	✓

Análisis obtenido del cuadro 4.

Semejanzas. Pese a que los cinco elementos de composición visual son muy importante y tienen mucha presencia hay algunos que destacan más que otros debido a la intención comunicativa que se quiera trasmitir.

Diferencias. Los planos en donde se encuentren ya que los planos es el lugar con respecto al fondo, entre más cercas este al fondo será limitada su importancia y viceversa, entre más lejos este del fondo será de mayor relevancia y mayor presencia.

Cuadro 5.

Elementos de configuración que se identifican a simple vista

	Portada No. 35	Portada No. 38	Portada No. 42
Contorno	✓	✓	✓
Líneas	✓	✓	✓
Puntos	✓	x	x
Volumen	✓	x	x
Figuras	✓	✓	✓
Texto	✓	✓	✓
Fondos	✓	x	✓
Colores	✓	✓	✓

Análisis obtenido del cuadro 5.

Semejanzas. A pesar de todos los elementos tanto de representación como de composición existen en las tres portadas, hay algunos elementos que se identifican con mayor facilidad que otros.

Diferencias. Los puntos, el volumen y los fondos no logran identificarse con facilidad, esto se debe al plano en donde se encuentran y al nivel de iconocidad.

Cuadro 6.

Elementos de composición que se identifican a simple vista			
	Portada No. 35	Portada No. 38	Portada No. 42
Atracción	✓	x	✓
Composición	✓	✓	x

Equilibrio	✓	x	✓
Tamaño	✓	✓	✓
Tensión	✓	✓	x

Análisis obtenido del cuadro 6.

Semejanzas. A mayor nivel de iconicidad, mayor número de elementos de composición. La revista no. 35 cuenta con todos los elementos de composición.

Diferencias. Nivel de iconicidad.

Cuadro 7.

Elementos de configuración que de inmediato vinculan con la temática			
	Portada No. 35	Portada No. 38	Portada No. 42
Contorno	x	x	✓
Líneas	x	x	✓
Puntos	x	x	x
Volumen	x	x	x
Figuras	✓	✓	✓
Texto	✓	✓	✓
Fondos	✓	x	✓
Colores	✓	✓	✓

Análisis obtenido del cuadro 7.

Semejanzas. En todo mensaje visual, existen elementos visuales clave que nos sirven como una guía y que al mismo tiempo representan los límites para una significación infinita. Las figuras y los textos son los elementos de configuración que sirven de guía para las tres portadas, esto indica que son los elementos más importantes para significar la ilustración gráfica.

Diferencias. Los contornos, líneas, puntos, volúmenes y fondos no representan elementos de configuración visuales clave porque de manera aislada, son elementos abstractos difíciles de identificar.

Cuadro 8.

Elementos de composición que se identifican con la temática			
	Portada No. 35	Portada No. 38	Portada No. 42
Atracción	x	x	x
Composición	✓	✓	x
Equilibrio	x	x	x
Tamaño	x	x	x
Tensión	✓	✓	x

Análisis obtenido del cuadro 8.

Semejanzas. La composición en las revistas no. 35 y 38 está relacionada directamente con el tema de la revista mientras que la portada no.42 utiliza otros elementos visuales como las líneas y figuras para relacionar la temática.

Diferencias. El número de elementos presentes en las composiciones, por ejemplo, las portadas no.35 y 38 muestran más figuras, líneas, colores, texturas y texto que dan una idea de que trata la temática de la revista mientras que la portada no.42 se limita a mostrar figuras geométricas limitadas para generar la relación con la temática.

Conclusiones

Como conclusiones finales, el desarrollo de un modelo operativo a partir de categorías de análisis de los affordances de Carlos Scolari (2004) y de las herramientas de diseño de María Acaso (2009) y de Dondis (2010), permitió aplicar y desarticular la estructura del sistema de las portadas para identificar todos los signos visuales que se encuentran presentes pero que no se pueden identificar a simple vista.

Los signos visuales dentro de las estructuras de un sistema de lenguaje visual en portadas de revista van a existir en relación a la intención comunicativa, grupo o nicho de personas a la que está dirigida y del contenido de la revista.

Las reglas que permiten a los signos visuales desarrollar un mensaje se encuentran en las combinaciones posibles entre los elementos de representación gráfica (líneas, puntos, fondos, texturas, figuras, colores) y las herramientas de composición como atracción, tensión, equilibrio y composición.

Cabe señalar que las herramientas del lenguaje visual que se identificaron están divididas en dos grupos: herramientas de configuración que establecen las características físicas de los objetos representados mediante las imágenes como la

línea, punto, texto, contorno, volumen, fondo, colores y en herramientas de composición, que determinan ubicación y dirección como: composición, tamaño, atracción, tensión y equilibrio.

Cómo dato a destacar, la combinación de los signos visuales dependerán de las herramientas de composición ya que a través de la tensión, equilibrio, atracción y el tipo de composición determinarán en qué lugar del sistema se colocarán y con que otro signo se combinará.

A partir del uso de los affordances fue posible observar y conocer que las líneas y los puntos, son las herramientas del lenguaje visual que mayor presencia tuvieron en los diseños de la revista Picnic, esto se debe principalmente a que con estos elementos se pueden construir diversas formas y escenarios que ayuden construir un mensaje visual.

También se identificó que las ilustraciones con un mayor nivel de iconicidad, permite una significación más fácil debido a que es inmediato el reconocimiento de los objetos observados y por lo tanto una mejor decodificación por parte de los lectores.

Con el uso de programas de diseño editorial y nuevas técnicas de diseño gráfico las portadas de las revistas han explotado muy bien la libertad de diseño y composición visual en comparación con los periódicos tradicionales logrando desarrollar narrativas visuales muy creativas a interesantes que van desde ilustraciones sencillas a las más complejas con el objetivo de lograr enganchar a los lectores meta.

La portada o también llamada primera de forros de una revista, es el elemento más importante de estos productos comunicativos, porque es allí donde se encuentra el mensaje principal que se quiere hacer llegar a los lectores por medio de un diseño que impacte y llame la atención.

El diseño y composición de las portadas de revistas, son un proceso que exige un amplio conocimiento sobre las herramientas del lenguaje visual técnica y teóricamente, de lo contrario, el resultado puede ser el no esperado, alejando a los lectores que se tenía planeado conseguir.

Sin importar que clase de revista se trate ni a qué tipo de lector vaya dirigida, todas las publicaciones en este formato, utilizan herramientas del lenguaje visual para trasmitir un mensaje o información, los más frecuentes son: el punto, la línea, fondo, tamaño, color, tensión, equilibrio, y texto.

La correcta combinación de las anteriores herramientas de representación visual, permiten que los lectores atribuyan significados a las imágenes de las portadas de las revistas desde sus experiencias a través de un proceso mental llamado semiosis. (Producción de sentido como resultado de la combinación de signos de diseño)

Es oportuno aclarar que el proceso de semiosis, depende de cada persona y de sus experiencias de vida y no del diseñador, responsable de estimularla por medios signos visuales.

La concretización del diseño de una portada, también va más allá de solo escoger imágenes al azar por mero gusto o contemplación, se debe tener en cuenta qué es

lo que se quiere comunicar y cómo se va comunicar, para ello, es importante saber que se puede representar una portada con diseños figurativos, abstractos y textuales.

Durante la fase de investigación teórica, se identificó que el diseño y composición tienen una relación directa con el contenido, esto le permite definir su estilo y una personalidad que le identifique entre el resto de publicaciones.

Toda la información que contiene una revista desde una postura semiótica, son signos y símbolos que comunican algo. Las características físicas de los objetos representados en sus portadas, son modelos que se pueden analizar a través de sus estructuras. El número de combinaciones en que estas imágenes se pueden relacionar es muy amplia y dinámica, debido a las diversas formas en que se pueden representar a partir del lenguaje visual.

La representación de signos y símbolos, está dada por una estructura que delimita el espacio del sistema. En otras palabras, la estructura es el espacio formal que se configura por un sistema de signos que le subyace mientras que el sistema es el conjunto de elementos visuales (signos visuales) presentes que se combinan entre sí como las imágenes, figuras y textos, mismos que están constituidos por signos y símbolos de representación gráfica que ayudan a construir el mensaje comunicativo como líneas, puntos, colores, fondos y tamaños.

En cuanto a la metodología, las ventajas de haber utilizado la semiótica y no otra metodología en este proyecto, se debió a su validez como ciencia y a su capacidad

de análisis descriptiva y explicativa sobre cómo funcionan los signos comunicativos de la revista Picnic.

El intenso desarrollo tecnológico aplicado al ámbito editorial en los últimos veinte años, ha permitido explotar visualmente todos los elementos de representación gráfica del lenguaje visual, para conceptualizar narrativas visuales relacionadas con el contenido y temática de la revista.

Durante la fase del análisis de las portadas de las revista Picnic, se propuso un modelo de análisis que fue capaz de desarticular la estructura del sistema de diseño de las tres portadas analizadas, logrando identificar con claridad cada herramienta de composición y configuración del lenguaje visual.

La fuerza de atracción de las portadas de la revista Picnic analizadas, está en el impacto del peso visual de sus ilustraciones, ya que muestran flexibilidad experimentación y libertad de trazo en la conceptualización del mensaje visual, explotando todos los elementos de representación gráfica, destacando el tamaño, el color, líneas, fondos y tensión.

Finalmente a lo largo de esta investigación surgieron algunos cuestionamientos en torno a la comunicación visual vinculada con los affordances, que podrían ser abordados en otros trabajos de investigación, por ejemplo, ¿Existe alguna diferencia al trasmitir un mensaje visual por medio de revistas digitales? ¿Qué diferencias existen en el diseño de una revista en formato impreso y digital? y ¿Se puede aplicar los affordances para mejorar a nivel comunicativo libros y revistas dirigidas a personas con alguna discapacidad visual?

Referencias

Libros

- Acaso, María (2009). El lenguaje visual. Editorial Paidos Ibérica, S.A. Barcelona.

- Barthes, Roland. (1971). Elementos de semiología. Editorial Du Seul París.

- Charles, Sanders Peirce. (1974). La ciencia de la semiótica. Editorial Nueva Visión Buenos Aires.

- D.A. Dondis (2010). La sintaxis de la imagen. Editorial Gustavo Gili, SA.

- Eco, Umberto (2005). Tratado se Semiótica General. Editorial Lumen. JPR.

- Heller, Eva (2008). Psicología del color. Editorial Gustavo Gili, St., Barcelona, 2004.

- Magariños, Juan (2008). La semiótica de los bordes: Apuntes de metodología semiótica. Editorial Comunicarte colección lengua y discurso. Córdoba.

- Scolari, Carlos (2004). Hacia una semiótica de las interacciones digitales. Design. Barcelona España.

- S. J. Tylor y R. Bodga (2000). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Editorial Paidos.

- Zeccheto, Victorino (2003). La danza de los signos. Nociones de semiótica general. Editorial Inclusiones. Buenos Aires.

Tesis

- Flores, María (2018). Dirección de arte para la publicación digital, infografía interactiva de Tove Janson Editorial Siruela. Recuperado el 23 de Diciembre de 2019 de la base de datos Tesis UNAM. http://132.248.9.195/ptd2018/enero/0769861/0769861.pdf

- Gurrero, Leonardo (2016). El diseño editorial. Guía para la realización de libros y revistas. Recuperado el 16 de marzo de 2020 de la base de datos Tesis UNAM. https://eprints.ucm.es/39751/1/TFM%20%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf

- Hernández, Sandra (2009). El arte de la ilustración editorial en la época de la digitalización. Recuperado el 21 de febrero de 2020 de la base de datos Tesis UNAM.

  http://132.248.9.195/ptd2009/agosto/0647475/Index.html

- Humberto, Brera (2011). De la creación a la producción del diseño editorial. Recuperado el 24 de junio de 2020 de la base de datos Tesis UNAM. http://132.248.9.195/ptd2012/abril/0678886/0678886_A1.pdf

- Jesus, Hernandez (2014). Del papel a lo digital. La metamorfosis de estilo y estructuras hacia un periodismo digital emergente. Recuperado el 6 de diciembre de 2019 de la base de datos Tesis UNAM. http://132.248.9.195/ptd2014/febrero/0708612/0708612.pdf

- Mancillas, Adriana (2018). Revistas independientes y su proceso editorial. Recuperado el 13 de julio de 2021 de la base de datos Tesis UNAM.

- Marchetti, Camusso (2007). El diseño mutante, trasformaciones del diseño en la era digital. La Trama de la Comunicación Vol. 12. Recuperado el 13 de

enero de 2020 de la base de datos Tesis UNAM. http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/viewFile/66/62

- Nava, Alejandra (2017) Proyecto de diseño integral para una revista independiente de arte y diseño. Recuperado el 14 de agosto de 2021 de la base de datos Tesis UNAM.

- Peña, Tabatha (2017). Propuesta de Rediseño para la revista N3rvio a partir del estudio de la semiótica". Recuperado el 15 de julio de 2021 de la base de datos Tesis UNAM.

- Parrales, María (2013). El diseño editorial a través del método. Recuperado el 27 de enero de 2020 de la base de datos Tesis UNAM. http://132.248.9.195/ptd2013/junio/0695049/0695049.pdf

- Reséndiz, Rubén (2014). Trabajo social ante la digitalización de los libros como impulso para el fenómeno a la lectura en el Distrito Federal. Recuperado el 9 de febrero de 2020 de la base de datos Tesis UNAM. http://132.248.9.195/ptd2014/octubre/0719813/0719813.pdf

- Velduque, María (2011). Introducción a los sistemas de composición: tipográfico, mecánico, fotocomposición y digital. Recuperado el 3 de abril de 2020 de la base de datos Tesis UNAM. File:///C:/Users/jhonbonn/Downloads/DialnetIntroduccionALosSistemasDeComposicion-5145626.pdf

- Zúñiga, María de Lourdes (1993). Digitalización de imágenes. Recuperado el 26 de enero de 2020 de la base de datos Tesis UNAM. http://132.248.9.195/pmig2016/0197439/Index.html

Artículos

- Abierto Mexicano de Diseño. Artículo recuperado el 1 de julio de 2021 de la base de datos del Abierto Mexicano de Diseño. https://abiertodediseno.mx/

- Cahuex, Ana (2014). La versatilidad de la ilustración digital y la ilustración tridimensional en el diseño de revistas. Desarrollo de imagen visual, material informativo y publicitario para el proyecto Amigos de la naturaleza de FUNDAECO. Artículo recuperado el 21 julio de 2021 de: http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/03/05/Cahuex-Ana.pdf

- Centro Cultural de España (CCMx). Artículo recuperado el 8 de julio de 2021 de la base de datos de Cooperación Española Cultural México. http://ccemx.org/

- Esqueda, Román (2009). El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa. Artículo recuperado el 22 de julio de 2021 de la base de datos de México Documentos https://vdocuments.mx/el-juego-del-diseno-roman-esqueda.html

- Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL). Artículo recuperado el 4 de julio de 2021 de la base de datos de la Feria Internacional del Libro en Guadalajara. https://www.fil.com.mx/

- Feria del libro del Valle de Bravo. La jornada, Sección cultura. Artículo recuperado el 28 de junio de 2021 de https://www.jornada.com.mx/ultimas/cultura/2020/05/21/valle-de-bravo-tendra-su-quinta-feria-del-libro-de-forma-virtual-8007.html

- Foro Internacional de Diseño (FIDE). Artículo recuperado el 13 de junio de 2021 de la base de datos de la Universidad Anáhuac México.

https://www.anahuac.mx/mexico/noticias/Foro-Internacional-Diseno-Editorial-alumnos-de-Escuela-de-Diseno

- García, Claudia (2010). “Leamos una revista. Las revistas educativas en el D.F. Artículo recuperado el 12 de julio de 2021 de la base de datos Tesis UNAM.

- Gran Salón México. Artículo recuperado el 22 de junio de 2021 de la base de datos de Local.mx. Guía de la Ciudad de México por travesías. https://local.mx/gran-salon-mexico-2/

- Joan Fondevila y Segura Herlaynne (2012). El peso de la hipertextualidad en el periodismo digital: estudio comparativo. Recuperado el 5 de mayo de 2020 de la base de datos Redalyc. https://www.redalyc.org/pdf/971/97124309004.pdf

Alfonso, Luis y Fernández Rodríguez (2006) Roland Barthes y el Análisis del discurso. Recuperado el 27 de septiembre de 2021.

- Manchado Eduardo y Berges Luis (2013). Sistema de retículas: un método para diseñar nuevos conceptos de producto hacia el usuario. Recuperado el 15 de de julio de 2020 de la base de datos Redalyc. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49628728002

- Normas Técnicas de Control de las Revistas (2015). Artículo recuperado el 10 de junio de 2021 de: https://www.ojd.es/wp-content/uploads/2012/10/NTC-REVISTAS-marzo-151.pdf

- Picnic Arts Media. Artículo recuperado el 6 de julio de 2021 de la base de datos de Picnic Arts Media. http://picnicam2018.revistapicnic.com/

- Tarantino, Licolina (2015). El proceso de trabajo en revistas culturales independientes. Sudestada: un estudio de caso. Recuperado el 11de junio de 2021 de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1192/te.1192.pdf

- Urdaneta, Joyceleine (2007). Redacción en Cibermedios para comunicadores en formación. Recuperado el 22 de marzo de 2020 de la base de datos Razón y Palabra. http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n57/jurdaneta.html

- Valero, José (2008). La infografía digital en el ciberperiodismo. Recuperado el 18 de abril de 2020 de la base de datos Redalyc. https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006042.pdf

Anexos

Índice de esquemas y modelos de análisis	Página
1. Figura 1.1. Esquema de organización del número de fuentes consultadas para el estado del arte. Elaboración propia	4
2. Figura 1.2. Esquema que muestra los acontecimientos que llevaron al desarrollo del lenguaje visual. Elaboración propia	25
3. Figura 1.3. Esquema que muestra las áreas donde el lenguaje visual ha impactado positivamente. Elaboración propia	44
4. Figura 2.1. Cuadro que muestra la clasificación de las revistas. Elaboración propia	61
5. Figura 2.2. Elementos que determinan la clasificación de una revista. Elaboración propia	64
6. Figura 2.3. Cuadro que muestra la estructura exterior de una revista. Elaboración propia	65
7. Figura 2.4. Cuadro que muestra la estructura interna de una revista. Elaboración propia	68
8. Figura 2.5. Esquema interpretativo del proceso de diseño gráfico. Esqueda Román; 2009, p.23.	78
9. Figura 3.1. Modelo de la estructura elemental de la comunicación propuesto por Eco (1995) aplicado al diseño de portadas de revistas. Elaboración propia	91
10. Figura 3. 2. Esquema propio que ejemplifica el proceso de significación de acuerdo a Charles, Pierce. Elaboración propia	93
11. Figura 4. 1. Matriz de contenido de macro unidades significativas (características formales de la revista Picnic) Elaboración propia	102
12. Figura 4. 2. Modelo de análisis propuesto para identificar las reglas que determinan los elementos de representación gráfica en las portadas de la revista Picnic. Elaboración propia.	105
13. Figura 4. 3. Esquema que muestra las portadas de las revistas que conforman la muestra a observar. Elaboración propia	106
14. Figura 4.4. Matriz de análisis con macro unidades significativas de la portada No. 35	107
15. Figura 4. 5. Matriz de análisis con macro unidades significativas de la portada No. 38	107
16. Figura 4. 6. Matriz de análisis con macro unidades significativas de la portada No. 42	108
17. Figura 4. 7. Matriz de análisis con affordances físicas y funcionales de la portada No. 35	109
18. Figura 4. 8. Matriz de análisis con affordances físicas y funcionales de la portada No. 38	110
19. Figura 4. 9. Matriz de análisis con affordances físicas y funcionales de la portada No. 42	111
20. Figura 4. 10. Matriz de análisis con affordances perceptuales de la portada No. 35	112
21. Figura 4. 11. Matriz de análisis con affordances perceptuales de la portada No. 38	117
22. Figura 4. 12. Matriz de análisis con affordances perceptuales de la portada No. 42	122
23. Figura 4.13 Matriz de análisis con affordances cognitivas de la portada 35	127
24. Figura 4.14 Matriz de análisis con affordances cognitivas de la portada 38	133
25. Figura 4.15 Matriz de análisis con affordances cognitivas de la portada 42	139