



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Significación en las portadas de la Revista Justo Sierra

la puerta al horizonte cultural”

Tesina

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Fausto Rodrigo Jiménez Rivera

Director de Tesina: Lic. Alfonso Aguilar Jiménez

México, D.F., 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A ti mamá, que siempre me has apoyado y nunca dejaste de creer en mi, no puedo expresar con palabras toda mi gratitud, tus palabras de aliento siempre me sacaron adelante y me impulsaron a alcanzar mis metas, este éxito es también tuyo.

A ti papá que has sido un modelo a seguir para mi, el hombre que soy ahora se lo debo a tus enseñanzas y al buen ejemplo que siempre me diste, tu me enseñaste que debo esforzarme para llegar a la cumbre y siempre me brindaste tu apoyo para poder lograrlo. Gracias

Para mi mamá Estelita a quien especialmente dedico este trabajo, aunque ya no estas con nosotros, siempre te llevo en mi memoria y en mi corazón y espero que estés donde estés te sientas muy orgullosa de mi.

A mis padrinos quienes siempre estuvieron a mi lado pendientes en cada etapa de mi desarrollo impulsándome a salir adelante.

A mi comadrita Rebeca por ser tan buena conmigo y apoyarme constantemente, no tengo como pagarle todo lo que ha hecho por mi y por mi familia. Gracias.

A la Miss Guadalupe Eugenia por formar parte importante en mi desarrollo personal y académico, además de ser parte de mi familia al adoptarme como hijo putativo y darme todo su apoyo y comprensión en momentos difíciles.

A mi colega y amigo Omar Campos Rodriguez, por su apoyo y colaboración en la realización de este proyecto.

A mis amigos quienes son la familia que uno se permite elegir, siempre me han ayudado cuando los he necesitado, en las buenas y en las malas se que siempre puedo contar con ustedes.

A mis profesores por mostrarme el camino al conocimiento y compartir conmigo un poco de su experiencia.

INDICE

Introducción

- I. El caso
- II. Problema
- III. Objetivos
- IV. Justificación

Capítulo I- Semiología y Semiótica

- 1.1 Ciencias de significación
 - 1.1.1 La semiología
 - 1.1.2 La semiótica
- 1.2 la naturaleza del signo
 - 1.2.1 El signo y su objeto
 - 1.2.2 Las funciones del signo
 - 1.2.3 Medios de comunicación
- 1.3 Taxonomía de los signos (tricotomías)
 - 1.3.1 Primer tricotomía
 - 1.3.2 Segunda tricotomía
 - 1.3.3 Tercer tricotomía
- 1.4 El signo y la significación
 - 1.4.1 La comunicación
 - 1.4.2 La codificación
 - 1.4.3 Monosemia y polisemia
 - 1.4.5 Denotación y Connotación
- 1.5 Modos de comunicación (códigos)
 - 1.5.1 Códigos lógicos
 - 1.5.2 Códigos estéticos
- 1.6 La comunicación social
 - 1.6.1 Signos
 - 1.6.2 Códigos
- 1.7 Conclusiones

Capítulo II- Estructuración de portada de revista

- 2.1 La revista
- 2.2 El formato
- 2.3 Los Interiores
- 2.4 La portada
 - 2.4.1 Estructura
 - 2.4.2 Síntesis y significado
 - 2.4.3 La imagen
 - 2.4.4 La tipografía
- 2.5 Conclusiones

Capítulo III- Antecedentes de la Institución

- 3.1 Escuela Nacional Preparatoria

- 3.1.1 Antecedentes históricos
- 3.1.2 Misión
- 3.2 Historia del Plantel 3 “Justo Sierra”
 - 3.2.1 Misión
 - 3.2.2 ¿Quién fue Justo Sierra?
- 3.3 Símbolos de la ENP
 - 3.3.1 Lema
 - 3.3.2 Himno Preparatoriano
 - 3.3.3 Goya
 - 3.3.4 Escudos
 - 3.3.4.1 Universidad Nacional Autónoma de México
 - 3.3.4.1.1 Símbolo deportivo Pumas
 - 3.3.4.2 Escuela Nacional Preparatoria
 - 3.3.4.3 Planteles 1-9
- 3.4 Publicaciones
 - 3.4.1 Universidad Nacional Autónoma de México
 - 3.4.2 Escuela Nacional Preparatoria
- 3.5 Conclusiones

Capítulo IV- **Significación de las portadas de la Revista Justo Sierra “La Puerta al Horizonte Cultural”**

- 4.1 Servicio social
- 4.2 Metodología
 - 4.2.1 Planteamiento del problema
 - 4.2.2 Identificación de aspectos físicos - psicológicos
 - 4.2.3 Factores a considerar
 - 4.2.3.1 Reglas del soporte
 - 4.2.3.2 Análisis de publicaciones semejantes
 - 4.2.3.3 Misión y valores institucionales
 - 4.2.3.4 Lector al que va dirigido
 - 4.2.4 Lineamientos
 - 4.2.5 Infraestructura
 - 4.2.6 Creación del concepto
 - 4.2.6.1 Análisis Semiótico
 - 4.2.7 Bocetaje
 - 4.2.8 propuestas
 - 4.2.9 Solución
- 4.3 Estructuración de Portada
 - 4.3.1 Estructura reticular
 - 4.3.2 Tipografía
 - 4.3.3 Colores
 - 4.3.4 Imagen
- 4.4 Especificaciones técnicas
 - 4.4.1 Indicaciones para archivos electrónicos

Bibliografía

I. EL CASO

En muchas empresas e instituciones públicas y privadas el “house organ” a sido el instrumento de comunicación interna que a dado la posibilidad de comunicación y respuesta a los seres que componen un organismo social, es decir una interacción y acciones más estrechas entre los dirigentes y el personal que labora, o se desarrolla de alguna manera dentro de ella.

La Universidad Nacional Autónoma de México cuenta con una gaceta que se distribuye en todas sus dependencias; además cada una de las Escuelas Nacionales Preparatorias cuentan con un órgano informativo individual excepto el Plantel No. 3 “Justo Sierra”. En agosto del 2003 las autoridades del Plantel de la Escuela Nacional Preparatoria No. 3 “Justo Sierra”, se percatan de ello y se dan a la tarea de consolidar su propio órgano informativo interno.

Esta acción es propiciada gracias a la nueva situación social y administrativa del Plantel No. 3, y a una actitud de cambios y nuevas ideas, a partir de esta fecha, se impulsa la realización de la primera publicación de este tipo para generar cambios y beneficios a toda la comunidad de la Preparatoria Justo Sierra.

Con tal necesidad, se intenta ofrecer en esta publicación un espacio en donde maestros y alumnos puedan expresar su trabajo, ideas e inquietudes con toda libertad, sabiduría y entusiasmo; se intenta ofrecer una “voz” que interprete el sentir comunitario y se llega a la decisión de utilizar como slogan “**la puerta al horizonte cultural**”.

El objetivo básico es manejar temática diversa, e informar sobre eventos y convocatorias que pueden darse; sin dejar a un lado el uso como medio de expresión para la misma comunidad del plantel. Pero la revista no sólo esta dedicada especialmente a los profesores y alumnado de la ENP 3 “Justo Sierra”, sino que trata de incluir a toda la comunidad universitaria, por lo que se requiere que sus portadas fortifiquen la importancia de la institución y así generen trascendencia.

Para esto la institución cuenta con diversos recursos, entre ellos están el capital humano y los recursos materiales y económicos:

Capital Humano

Esta formado por:

Dos diseñadores estos aparte de su quehacer comunicativo gráfico, trabajan conjuntamente con un comité editorial.

Este **comité editorial** esta formado por 8 personas:

Lic. David Samuel Zepeda Landa: como director del plantel y presidente del proyecto esta encargado de dirigir a sus subalternos; es quien aprueba los artículos y decide las jerarquías en que irán ordenados los mismos. También es quien aprueba las portadas de la revista, acorde a los valores que se representen en esta. Y por ultimo es quien maneja los acuerdos con la imprenta.

Ana María Cuevas Cantú: coordinadora del proyecto, esta encargada de organizar las correcciones ortográficas de los artículos, así como también programar las revisiones de los avances de la portada y la formación de la revista y las juntas con el comité editorial. También es quien se encarga de llevar a la imprenta el dummy impreso de la revista y los originales digitales para impresión.

El resto del comité editorial esta encargado de la revisión de los artículos que llegan y la primera selección de estos, las correcciones que hacen son ortográficas y no de contenido, sin embargo muchas veces se requiere de la opinión experta de personas especializadas en distintos campos, por ello, el resto de los miembros del comité editorial esta formado por profesores de distintas áreas, que de acuerdo a su conocimiento, son los encargados de efectuar las correcciones necesarias a los artículos:

Nora E. Alier Ondarza: conocimiento en arquitectura, dibujo y modelado.

Daniel Calvillo Gonzáles: conocimiento en geografía y geografía política.

Lino Campos Ávila: Lic. en economía, con conocimiento en ciencias sociales y problemas sociales y políticos.

Guadalupe E. Carballo Riva Palacio: Lic. en letras inglesas

Lilia G. Espinosa García: Lic. en letras hispánicas con conocimiento en literatura universal, mexicana y lengua española.

Patricia A. Nava Garcés: Lic. en letras hispánicas con conocimiento en literatura universal, mexicana y lengua española.

Recursos Materiales

Se dispone de lo siguiente:

Un cubículo en donde se diseña la revista y se dan lugar las juntas del comité editorial, este se compone de:

2 Escritorios que contienen la papelería básica necesaria, como hojas blancas, clips, engrapadora, cinta adhesiva, disquetes, discos CD vírgenes, etc. Además, se archivan los originales de los artículos de la revista

2 Computadoras plataforma PC equipadas con pentium 4, 128 MB en Ram 40 GB en disco duro, conexión a Internet y con software especializado de diseño, como Pagemaker, Illustrator, Freehand, Photoshop, etc.

Quemadores, necesarios para la extracción de archivos en disco, se cuenta con 2 quemadores, un interno en una de las computadoras y un externo.

Libros y revistas de apoyo, como diccionarios especializados de lengua española, ingles, sinónimos, antónimos, errores ortográficos, etc. Y revistas de referencia, como son las de los demás planteles y otras publicaciones de la UNAM.

1 mesa y 8 sillas que son utilizadas solo cuando se realizan las juntas del comité editorial.

Impresoras aunque estas no se encuentran en el cubículo, también están a disposición del proyecto, que son una impresora láser negro, en donde se imprime el dummy de los interiores de la revista y una impresora color inyección de tinta, donde se imprime el dummy de la portada y contraportada.

El Capital Económico

Es manejado por el director del plantel (presidente del comité editorial), para la producción de los ejemplares, en Fundación Medellín, una imprenta asociada a la UNAM.

II. PROBLEMA

El hecho de carecer de una publicación como lo es la revista, provoca que la institución busque otros medios de difusión, como las pizarras del plantel y la gaceta UNAM, pero nada tan propio como una publicación de este tipo.

Este instrumento tratará de crear un “sentimiento” de pertenencia hacia la comunidad del plantel, y para ello se recurrirá al elemento mas llamativo de la revista, que será la portada, que buscara representar aspectos de la institución, que le den más importancia y trascendencia a la misma, como son sus valores ideales e historia; esto implica un problema de diseño y de comunicación visual.

Para este proyecto se observa que conjugar la estructuración de una portada, así como el estudio de la significación en la imagen, como lo es la ilustración y la fotografía, pueden ser principios indispensables para sustentarlo y ofrecer en el resultado una propuesta adecuada para fortalecer la identidad y la pertenencia en este objeto de Diseño y Comunicación Visual (la revista).

III. OBJETIVOS

Objetivo General:

Por medio de una investigación, encontrar signos que la población de la Preparatoria No. 3 “Justo Sierra” entiendan como propios para poder generar pertenencia en las portadas de la revista del plantel, así como ofrecer los parámetros de estructuración necesarios para las mismas.

Objetivos Específicos:

- Comprender la semiótica y semiología en torno a la significación.
- Investigar los signos que identifican a la población de la Preparatoria No. 3 basados en el pragmatismo y semántica

- Sentar las bases y lineamientos de las portadas de la publicación, sustentados en los principios de diseño.
- Conocer los requerimientos técnicos necesarios para una publicación de este tipo.
- Análisis y evaluación de las publicaciones de la Escuela Nacional Preparatoria, incluyendo las revistas de los demás planteles.
- Recopilación de los antecedentes, historia y misión de la institución.
- Definir los valores y características generales que se busquen representar en sus portadas

IV. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto tiene importancia para la institución ya que la revista JS (Justo Sierra) “la puerta al horizonte cultural” se espera, sea de gran trascendencia en la Escuela Nacional Preparatoria #3 “Justo Sierra” a nivel social, ya que influirá positivamente en su comunidad.

Pero también tendrá relevancia entre los estudiantes de Diseño que deseen realizar su servicio social en esta institución y dar continuidad a este proyecto, ya que les ayudará a ejercer el diseño de manera más libre y más real.

Capítulo I – Semiología y Semiótica

El siguiente capítulo tiene por función, plantear las bases teóricas de este proyecto, estas, son las referentes a la semiótica y semiología, encaminada a la significación de las portadas de revista.

Este capítulo es de suma importancia, ya que nos ayudará a comprender el marco teórico del signo y sus repercusiones en este proyecto.

1.1 Ciencias de significación

Existen dos grandes tendencias dedicadas al estudio de los signos, por un lado tenemos la semiología, concebida por Ferdinand de Saussure, y por el otro lado tenemos la semiótica cuyo padre es Charles Sanders Peirce. Estos dos términos semiótica y semiología, con facilidad son confundidos y usados arbitrariamente para denominar el estudio de los sistemas de signos; a pesar de que ambas ciencias tienen sus obvias diferencias, también tienen ciertas similitudes.

Saussure destaca la función social del signo y Peirce su función lógica, pero ambos aspectos están estrechamente vinculados y los términos semiología y semiótica denominan en la actualidad ciencias de significación, utilizando los europeos el primer término y los anglosajones el segundo.

Para la realización de este proyecto, es importante abordar ambos puntos de vista tanto el de lo social (Saussure), como el de la lógica (Peirce)

1.1.1 La semiología

La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señales, etc. Esta ciencia fue concebida en la década de 1900 por Ferdinand de Saussure que en sus estudios sobre lingüística general, definió a la semiología como una ciencia cuyo objetivo es el “estudio de la vida de los signos en el seno de la vida social”.

Nos menciona que la lengua, deslindada del conjunto de los hechos del lenguaje, es clasificable entre los hechos humanos, como la ciencia de la semiología. Este es el texto citado:

“la lengua es un sistema de signos que expresan ideas y por eso comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc. Sólo que es el más importante de todos esos sistemas.

Se puede pues concebir *una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social*. Tal ciencia sería parte de la psicología social y por consiguiente de la psicología general. Nosotros la llamaremos semiología (del griego semeion ‘signo’). Ella nos enseñara en que consisten los signos y cuales son las leyes que los gobiernan. Puesto que todavía no existe, no se puede decir que es lo que ella será; pero tiene derecho a la existencia, y su lugar está determinado de antemano. La lingüística no es más que una parte de esta ciencia en general. Las leyes que la semiología descubra serán aplicables a la lingüística, y así es como la lingüística se encontrara ligada a un

dominio bien definido en el conjunto de los hechos humanos”¹

Sausurre nos habla de relaciones diádicas o dicotomías, debido a que el estudio del lenguaje, comprende la relación entre dos partes, estas son la lengua y el habla; a cerca de esto nos dice que *la lengua* es un sistema de expresiones convencionales usado por una comunidad, y *el habla* es el uso individual de este sistema.

Ya que Sausurre enfoca el problema de la significación en el terreno concreto de la lengua y no en el abstracto de la lógica, tenemos como punto de partida al signo lingüístico, que es una entidad psíquica de dos caras: *significado* y *significante*, estos términos son ambos psíquicos y están unidos en nuestro cerebro por un vínculo de asociación. Lo que el signo lingüístico une no es una cosa y un nombre, sino un concepto (significado), y una imagen acústica (significante). La imagen acústica no es el sonido material, sino su huella psíquica, la representación que de él nos da el testimonio de nuestros sentidos, esa imagen es sensorial; mientras que el concepto o significado comprende la relación directa con el objeto, esta imagen es mental.

Dentro del *significado* como tal, también existen dos caras: *la connotación* y *la denotación*, por una parte *la denotación* esta constituida por el significado objetivo que se le ha dado al signo, mientras que en contraparte, *la connotación* expresa valores subjetivos atribuidos al signo debido a su forma y a su función, estos son significados por el receptor y por lo tanto estos valores suelen variar dependiendo de cada persona.

También nos menciona a cerca de este signo lingüístico, la existencia de una oposición y entrecruzamiento de dos ordenes de fenómenos relativos al mismo objeto. Esta son la *sincronía* y *la diacronía*. La primera estudia la constitución y funcionamiento de un sistema, que comprende al hablante que vive internamente el funcionamiento de su lengua; y la segunda estudia la evolución de ese sistema a través del tiempo.

Desde aquella época en que se formularan estas proposiciones, la semiología que hasta el momento era considerada tan sólo como una parte de la lingüística se ha ido desarrollando e incorporando a las más diversas corrientes de pensamiento

1.1.2 La semiótica

Por esa misma época en que Sausurre formulara sus teorías, el filósofo norteamericano Charles Sanders Peirce concibe también una teoría general de los signos bajo el nombre de semiótica, y afirmaba: “por lo que se, soy un adelantado en la tarea de despejar el territorio para abrir camino a lo que denomino semiótica, es decir la doctrina de la naturaleza esencial y las variedades fundamentales de la semiosis posible”. Este es el texto citado:

“La lógica en su sentido general es, creo haberlo demostrado, solamente otra palabra que denomina a la semiótica, una doctrina quasi necesaria o formal de los signos. Al describir a la doctrina como “quasi necesaria” o formal, tengo en cuenta que observamos los caracteres de tales signos como podemos, y a partir de dichas observaciones, por un proceso que no me niego a llamar abstracción, somos inducidos a juicios eminentemente necesarios relativos a lo que deben ser los caracteres de los signos utilizados por la

¹ Ferdinand de Sausurre “curso de lingüística general”, Lozada, Buenos Aires, 1945.

inteligencia científica²".

Es una ciencia de observación, como cualquier otra ciencia positiva, a pesar de su fuerte contraste con todas las ciencias especiales, esta surge de que apunta a descubrir lo que *debe ser* y no meramente *lo que es* en el mundo real.

Peirce se basa en el enfoque de una significación general basada en la lógica. Para el un signo o *representamen* esta relacionado con la imagen mental, llamada *interpretante*, con el *objeto* que se busca representar y también con la idea o concepto, llamado *fundamento del representamen*.

Como consecuencia del hecho de estar cada signo o representamen relacionado con tres cosas, el fundamento, el objeto y el interpretante, la ciencia de la semiótica tiene tres ramas. La primera es llamada *gramática* especulativa o gramática pura, que tiene por cometido determinar que es lo que debe de ser cierto del representamen usado por toda inteligencia científica para que pueda encarnar algún significado. La segunda rama, es la *lógica* propiamente dicha, que es la ciencia de lo que es cuasi-necesariamente verdadero de los representámenes de cualquier inteligencia científica para que puedan ser validos para algún objeto. La tercera rama es la *retórica* pura, su cometido consiste en determinar las leyes mediante las cuales, en cualquier inteligencia científica, un signo da nacimiento a otro signo, y especialmente, un pensamiento da nacimiento a otro pensamiento.

En base a esta relación triádica (representamen, interpretante y objeto), Peirce propone la división de signos en tres tricotomías: conforme a la primera tricotomía, un signo puede ser llamado *qualisigno*, *sinsigno* o *legisigno*; conforme a la segunda un signo puede ser *icono*, *índice* y *símbolo*; y por último según la tercera, un signo puede ser *Rema*, *Dicisigno* o *Signo Dicente*, o *Argumento*

Asimismo también propone Peirce las funciones o niveles: *Pragmático*, *Sintáctico* y *Semántico*, que corresponden a la *lógica*, *gramática* y *retórica* respectivamente. El nivel pragmático contempla la forma y significado o expresividad connotativa en relación con el receptor y su contexto. En el nivel sintáctico se estructura la forma para comprender su expresividad denotativa. En el nivel semántico se estudia la forma en cuanto a su significado o expresividad significativa.

Actualmente la semiótica investiga un campo dedicado a la comprensión científica, que se propone el análisis de la dimensión significativa de todo hecho desde el momento en que se asigna su pertenencia; todo aquello hacia lo que apunte su mira conceptual se convierte en ese momento en objeto semiótico.

1.2 la naturaleza del signo

Para poder comprender la semiótica, primero hay que definir su objeto de estudio, el signo.

Un signo o también llamado *representamen* (definido por Charles Sanders Peirce), es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter; se

² Charles S. Peirce "La ciencia de la semiótica", Ediciones nueva visión, Buenos Aires, 1974

dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente o tal vez un signo aun mas desarrollado. Este signo es lo que se denomina como *interpretante*, ya que este esta en lugar de algo, de el objeto; pero no en todos los aspectos, sino solamente en referencia a una “ idea” que a veces suele llamarse *fundamento* del representamen.

Por otro lado, Saussure define al signo como una entidad psíquica de dos caras: *significado* y *significante*, estos términos son ambos psíquicos y están unidos en nuestro cerebro por un vinculo de asociación. Lo que el signo une es un concepto (significado), con una imagen acústica (significante). El concepto o significado comprende la imagen mental, mientras que la imagen acústica es la representación que de el nos da el testimonio de nuestros sentidos, la imagen sensorial

1.2.1 El signo y su objeto

La palabra signo será usada para denotar un objeto perceptible, o solamente imaginable, o aun inimaginable en un cierto sentido. Para que algo sea un signo, debe representar a otra cosa, llamada su objeto.

Un signo en ocasiones puede representar mas de un objeto en este caso, puede considerarse que un conjunto de objetos constituye un único objeto complejo; a fin de disminuir dificultades en el estudio. Conforme a esto, cada signo tiene real o virtualmente un precepto de explicación según el cual el signo debe ser entendido como una suerte de emanación de su objeto.

El signo puede solamente representar al objeto y aludir a el, no puede dar conocimiento o reconocimiento de el, vale decir, objeto es aquello acerca de lo cual el signo presupone un conocimiento para que sea posible proveer alguna información adicional sobre el mismo. Es decir, que se requiere de un conocimiento previo del objeto, para que el signo pueda tener significado.

1.2.2 Las funciones del signo

La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes, esta acción implica un objeto del que se habla, signos y por lo tanto un código, un medio de transmisión y finalmente un destinatario.

Roman Jakobson define seis funciones lingüísticas, validas para todos los modos de comunicación, estas funciones, van muy relacionadas con el vehículo del mensaje “los medios de comunicación” .

1.- la función referencial: es la que define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Su problema fundamental reside en formular, a propósito del referente, una información verdadera, objetiva, observable y verificable

2.- la función emotiva: define las relaciones entre el mensaje y el emisor, es decir, cuando nos comunicamos, emitimos ideas referenciales sobre el objeto, pero también expresamos nuestra actitud con respecto a ese objeto, bueno o malo, bello o feo,

deseable o indeseable, etc. La función emotiva esta muy ligada con la función referencial, ya que son partes complementarias de la doble función del lenguaje.

3.- La función connotativa o conminativa: define las relaciones entre el mensaje y el receptor, ya que toda comunicación debe obtener una reacción del receptor. Esta función esta dirigida a la inteligencia o a la afectividad del receptor; en el primer caso se encuentran los códigos de señalización y los programas operativos que tienen por objeto organizar una acción en común, en el segundo caso tenemos los códigos sociales y estéticos, que tienen por objetivo movilizar la participación del receptor.

4.- La función poética o estética: define la relación del mensaje consigo mismo, es la transformación del mensaje, que deja de ser instrumento de la comunicación, para convertirse en su objeto .

5.- La función fática: tiene por objeto afirmar, mantener o interrumpir la comunicación, por medio de signos que sirven para verificar si el circuito funciona (hola, ¿me escucha usted?), o para atraer la atención y evitar que la comunicación decaiga (¿me estas escuchando?, ¡póngame atención!, etc.)

6.- La función metalingüística: tiene por objeto definir el sentido de los signos que corren riesgo de no ser comprendidos por el receptor. Por ejemplo la palabra plano en el sentido del diseño; aquí la función metalingüística remite el signo (plano), al código (diseño) del cual extrae su significación.

Las funciones anteriormente definidas se encuentran mezcladas en distintas proporciones en un mismo mensaje. Unas u otras dominan, dependiendo del tipo de comunicación: del tipo objetiva, en donde dominan las funciones referenciales o del tipo subjetiva, donde dominan las funciones emotivas. Estas constituyen los dos grandes modos de expresión semiológica “comprender y sentir” o lo que es lo mismo la razón y la emoción; dos modos de percepción y consecuentemente significación, completamente opuestos, en donde *comprender* significa un ordenamiento de las sensaciones percibidas, mientras que la *emoción* es un desorden y una conmoción de los sentidos.

1.2.3 Medios de comunicación

Bajo el nombre de “*medium*” la semiología anglosajona designa a los distintos medios de comunicación, como son: la radio, el cine, el libro, la moda, etc. Un *medium* implica, por lo tanto, un soporte o vehículo para el signo en donde la función del código esta estrechamente vinculada y que son la clave de todo el sistema cultural.

Según Marshall McLuhan³ los medios son extensiones de nuestros sentidos, asi como las manos son de nuestro cuerpo, en el sentido de cómo los medios afectan nuestra recepción de informaciones.

McLuhan divide a los *media* en hot y cool “calientes y fríos” esto se refiere en términos técnicos a la temperatura de la información; es decir: en un mensaje dado, cuanto mayor es el número de elementos de información, más densa es la sustancia informante y más

³ Marshall McLuhan, Understanding media: the extensions of man, New York, 1964

caliente es el mensaje, así inversamente mientras menos elementos de información contenga el mensaje, será más frío.

No debe confundirse esta temperatura del mensaje, con su contenido referencial: un mensaje es más o menos caliente en medida en que proporciona más o menos elementos de descodificación para un significado dado, cualquiera sea la riqueza o pobreza de este significado, desde este punto de vista tenemos que la ciencia es caliente y el arte es frío, nuestra cultura occidental es caliente y las culturas primitivas frías, la vida urbana es caliente y la vida rústica fría.

1.3 Taxonomía de los signos (tricotomías)

Un *signo* es aquel que está en tal relación triádica genuina con un Segundo, llamado *Objeto*, como para ser capaz de determinar a un tercero, llamado su *Interpretante*, a asumir con su Objeto la misma relación triádica en la que él está con el mismo objeto. Esta relación es llamada también como tricotomía.

Según el autor Charles Sanders Peirce⁴ los signos son divisibles en tres tricotomías: primero, según que el signo en sí mismo sea una mera cualidad, un existente real o una ley general; segundo, según que la relación del signo con su objeto consista en que el signo tenga algún carácter en sí mismo, o en alguna relación existencial con ese objeto o en su relación con su interpretante; tercero, según que su interpretante lo represente como un signo de posibilidad, como un signo de hecho o como un signo de razón.

1.3.1 Primer tricotomía

De acuerdo con la primera división, un signo puede ser llamado cualisigno, sinsigno o legisigno

Cualisigno: es denominado como una cualidad que es un signo. No puede actuar verdaderamente como un signo hasta tanto no este formulado; pero la formulación no tiene relación alguna con su carácter de signo.

Sinsigno: es una cosa o un evento real y verdaderamente existente que es un signo. Puede serlo únicamente a través de sus cualidades, por lo que involucra uno o varios cualisignos, pero estos son de una naturaleza peculiar y solo forman un signo cuando están efectivamente formulados.

Legisigno: es una ley que es un signo, esta ley es generalmente establecida por los hombres. Todo signo convencional es un legisigno, pero no recíprocamente; no es un objeto único, sino un tipo general que como se ha acordado (como ley) será significante. Cada legisigno puede tener una réplica de él mismo, por ejemplo en el idioma la palabra "el" puede aparecer muchas veces en una lectura, pero sigue siendo un mismo legisigno; la réplica entonces sería un sinsigno, en consecuencia todo legisigno requiere sinsignos. Pero estos sinsignos no son ordinarios, como los son los sucesos que son considerados significantes, y tampoco la réplica sería significativa, si no fuera por la ley que la convierte en tal.

⁴ Charles Sanders Peirce. "La ciencia de la semiótica". Ediciones nueva visión. Buenos Aires. 1974

1.3.2 Segunda tricotomía

Conforme a esta segunda tricotomía, tenemos que un signo puede ser llamado icono, índice y símbolo. Cabe señalar que esta tricotomía es la más importante y más recurrida.

Icono: es un signo que se refiere al objeto al que denota en virtud de los caracteres que le son propios y que posee igualmente exista o no exista el objeto. Es verdad que si no existiese el objeto tal, el icono no actuaría como signo, pero esto no guarda relación alguna con su carácter de signo; cualquier cosa, una cualidad, individuo o ley, es un icono de otra cosa en la medida en que es como esa cosa y en que es usada como signo de ella. Como ejemplo de iconos, tenemos a todas las escrituras primitivas, tales como los jeroglíficos egipcios, hay iconos de clase no-lógica, los ideogramas. Es probable que en las formas arcaicas del habla haya habido un componente muy importante de mímica. Pero en todos los lenguajes conocidos, esas representaciones han sido reemplazadas por signos audibles convencionales. Estos últimos, sin embargo, son de tal naturaleza que sólo pueden ser explicados mediante iconos. Pero en la sintaxis de todo lenguaje hay iconos lógicos, de la clase que pueden ser auxiliados por reglas convencionales.

Índice: es un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de ser realmente afectado por aquel objeto. No puede, entonces, ser un Cualisigno, dado que las cualidades son lo que son independientemente de ninguna otra cosa. En la medida en que el índice es afectado por el Objeto, tiene, necesariamente, alguna Cualidad en común con el Objeto, y es en relación con ella como se refiere al Objeto. En consecuencia, un índice implica alguna suerte de icono, aunque un icono muy especial; y no es el mero parecido con su Objeto, aun en aquellos aspectos que lo convierten en signo, sino que se trata de la efectiva modificación del signo por el Objeto. Los índices pueden ser distinguidos de otros signos, o representaciones, por tres rasgos característicos: primero, que carecen de todo parecido *significativo* con su objeto; segundo, que se refieren a entes individuales, unidades individuales, conjuntos unitarios de unidades o continuidades individuales; tercero, que dirigen la atención a sus objetos por una compulsión ciega. Pero sería muy difícil, si no imposible, mencionar un índice que fuera absolutamente puro, o hallar algún signo absolutamente desprovisto de cualidad indicial.

Cualquier cosa que atraiga la atención y nos sobresalte es un índice, en cuanto marca la articulación entre dos partes de una experiencia. Estos son algunos ejemplos de índices: un hombre de piernas algo curvadas, con pantalones de pana, polainas y chaqueta, son probablemente indicaciones de que es un jinete o algo parecido. Un reloj de sol, o un reloj cualquiera, *indican* qué hora del día es. Los geómetras colocan letras sobre las diferentes partes de sus diagramas y luego usan esas letras para indicar dichas partes.

Símbolo: es un Representamen cuyo carácter Representativo consiste precisamente en que él es una regla que determina a su interpretante. Todas las palabras, oraciones, libros y otros signos convencionales son Símbolos. Hablamos de escribir o de pronunciar la palabra "hombre", pero lo que pronunciamos o escribimos es solamente una *réplica* de la palabra. La palabra en sí misma no tiene existencia, aunque tiene un ser real, que *consiste en* que los existentes se *conformarán* a dicho ser. Es un modo de secuencia de tres sonidos, o representámenes de sonidos, que se convierten en signo sólo por el hecho de que un hábito, o ley adquirida, hará que las réplicas del mismo sean interpretadas con el significado de "hombre" u "hombres". La palabra y su significado son, ambos, reglas

generales; pero, de los dos, sólo la palabra prescribe las cualidades de sus réplicas en sí mismas. Desde otros puntos de vista, la "palabra" y su "significado" no difieren, a menos que se asigne algún sentido especial a "significado".

Cualquier palabra común, tal como "dar", "pájaro", "matrimonio", puede constituir un ejemplo de símbolo. Es aplicable a cualquier cosa que pueda realizar la idea conectada con la palabra; pero, en sí misma, no identifica esas cosas. No nos muestra al pájaro de que se trata, no encarna delante de nuestros ojos el acto de dar o el de contraer matrimonio, pero implica que somos capaces de imaginar esas cosas que hemos asociado las respectivas palabras con ellas.

Resumiendo un poco las características de estos signos, tenemos que el icono no tiene conexión dinámica con el objeto que representa"; simplemente acontece con él que sus cualidades se asemejan a las de ese objeto, y excitan sensaciones análogas en la mente para la cual él es una semejanza. Pero, en realidad, está desconectado de ellos. El índice está conectado físicamente con su objeto; ambos constituyen un par orgánico, pero la mente interpretante nada tiene que hacer con esta conexión, salvo tomar nota de ella después que ha sido establecida. El Símbolo está conectado con su objeto en virtud de la idea de la mente utilizadora de símbolos, sin la cual no habría tal conexión.

1.3.3 Tercer tricotomía

Según esta Tercera Tricotomía, un Signo puede ser llamado Rema, Dicisigno o Signo Dicente, o Argumento

Un Rema: es un Signo que, para su Interpretante, es un signo de Posibilidad cualitativa, vale decir, se entiende que representa tal o cual clase de Objeto posible. Un Rema puede, quizás, proporcionar alguna información; pero no se interpreta que la proporciona.

Un Signo Dicente: es un Signo que, para su Interpretante, es un signo de existencia real. Por lo tanto, no puede ser un icono, el cual no da lugar a ser interpretado como una referencia a existencias reales. Un Dicisigno necesariamente involucra, como parte de él, a un Rema, para describir el hecho que se interpreta que él indica. Pero es una peculiar clase de Rema; y aun cuando es esencial para el Dicisigno, de ninguna manera lo constituye.

Un Argumento: es un Signo que, para su Interpretante, es un signo de ley. O también podemos decir que un Rema es un signo que se entiende como representación de su Objeto solamente en sus caracteres; que un Dicisigno es un signo que se entiende representa a su objeto con respecto a la existencia real; y que un Argumento es un Signo que se entiende representa a su Objeto en su carácter de Signo.

1.4 El signo y la significación

El signo es un estímulo, es decir una sustancia sensible cuya imagen mental esta asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer una comunicación.

Culturalmente, tenemos que todos los procesos de comunicación pueden subsistir solo por que bajo de ellos se establece un sistema de significación

1.4.1 La comunicación

El proceso de comunicar es inherente al signo, todo signo es siempre la marca de una intención de comunicar un sentido, este principio es aplicable a cualquier tipo de signo, incluso a cosas tan simples como la percepción, ya que también existe una comunicación entre la realidad sensible emisora y nuestros sentidos que la reciben.

Sea cual sea el proceso de comunicación al que nos refiramos, todo signo implica un significante y un significado a los que hay que agregar un modo de significación o relación entre ambos.

1.4.2 La codificación

un proceso de comunicación se verifica solo cuando existe un código. Un código es un sistema de significación que relaciona al significado y el significante.

Dicho en otras palabras, la codificación es un acuerdo entre los usuarios del signo que reconocen la relación entre el significante y el significado y la respetan en el empleo del signo.

1.4.3 Monosemia y polisemia

En teoría, para que la comunicación sea eficaz a cada significado debe corresponder un significante y sólo uno (monosemia), e inversamente, para cada significante debe corresponder sólo un significado. Este es el caso de los sistemas de señalización, el lenguaje científico y en general todos los códigos lógicos.

Sin embargo en la practica, son numerosos los sistemas en que un significante puede remitir a varios significados (polisemia) y donde cada significado puede expresarse por medio de varios significantes. Este es el caso del arte y en general de los códigos estéticos, en los cuales la función icónica esta desarrollada y el signo es abierto.

Esta polisemia esta en el mensaje, no en el signo y es la consecuencia de la variedad de los códigos, ya que de allí resulta una posibilidad de elección que es generadora de estilos y en medida en que el emisor dispone de varias posibilidades para formular su mensaje, su elección se torna significativa.

1.4.5 Denotación y Connotación

La denotación y connotación constituyen dos modos fundamentales y opuestos de la significación. Tenemos que la *denotación* esta constituida por el significado concebido objetivamente, mientras que en contraparte, la *connotación* expresa valores subjetivos atribuidos al signo debido a su forma y a su función. Por ejemplo: el uniforme denota una jerarquía y una función y connota el prestigio y autoridad que le son atribuidas.

Aunque en la mayoría de los mensajes se encuentren combinados, podemos distinguir a estos según sean con dominante denotativa o connotativa, las ciencias pertenecen al primer tipo y las artes pertenecen al segundo.

1.5 Modos de comunicación (códigos)

Como ya se había mencionado, la codificación es un sistema de significación primordial para establecer una comunicación.

Más específico, un código es un sistema de convenciones explícitas y socializadas. Existen dos tipos de códigos, según el tipo de signos que decodifiquen, estos pueden ser del tipo lógicos, técnicos o del tipo afectivos estéticos.

Los códigos lógicos significan un sistema de relaciones objetivas, reales, observables y verificables, mientras que los códigos estéticos crean representaciones imaginarias que adquieren valor de signos en medida que este es reconocido y aceptado, y posteriormente retomado, repetido y su valor se convencionalista.

El sentido lógico está totalmente codificado, encerrado y virtualmente contenido en el código, mientras que la representación estética está siempre parcialmente codificada y sigue siendo un campo de relaciones más o menos abiertas a la libre interpretación del receptor.

1.5.1 Códigos lógicos

La función de los códigos lógicos o técnicos, consiste en significar la experiencia objetiva del hombre con el mundo. Dentro de este tipo de códigos, encontramos cuatro clases, estas son: los códigos paralingüísticos, los códigos prácticos, los códigos epistemológicos y las artes adivinatorias

Los códigos paralingüísticos a su vez se subdividen en tres tipos, según se trate de una simple recodificación, de un código autónomo o de un código paralelo empleado concurrentemente con el lenguaje.

- 1) relevos del lenguaje: son los códigos que tienen por función, sustituir el lenguaje articulado, siempre y cuando su utilización esté sometida a constricciones temporales y espaciales; y sólo son comprensibles en la lengua así recodificada. Tal es el caso de los alfabetos, los códigos criptográficos, el braille y el morse.
- 2) Sustitutos del lenguaje: son códigos autónomos e independientes del lenguaje articulado, como los jeroglíficos y los ideogramas chinos que no requieren del lenguaje para ser comprendidos, ya que estos signos tienen su propio sentido.
- 3) Auxiliares del lenguaje: son códigos paralelos a la comunicación lingüística, como entonaciones, mímicas, gestos, pausas, etc. Dentro de esta clasificación, se encuentran:
 - Los códigos prosódicos: que utilizan la variación de elevación, de cantidad y de intensidad del habla articulada.
 - Los códigos kinésicos: que utilizan los gestos y mímicas.
 - Los códigos proxémicos: que utiliza el espacio entre el emisor y el receptor.

Los códigos prácticos son las señales y los programas que tienen por función coordinar la acción por medio de conminaciones, instrucciones y llamados de atención. Las señales permiten dirigir la circulación o movimientos de conjunto y los programas son sistemas de instrucción para efectuar un trabajo.

Los sistemas de señalización mas conocidos, son los códigos de circulación caminera, ferroviaria, aérea, marítima y fluvial. Estos sistemas de señales varían según su complejidad y su grado de estructuración, también se distinguen por la naturaleza de los signos utilizados, algunos son arbitrarios y otros son iconográficos.

Pero todo sistema de señalización tiene en común su carácter estrictamente monosemico y un alto grado de convencionalidad que es siempre explícita y constrictiva. En la actualidad muchos de estos sistemas son internacionales.

En el caso de una acción compleja y elaborada, la señal adopta la forma de un programa. "Un programa es un conjunto ordenado y formalizado de las operaciones necesarias y suficientes para obtener un resultado; un dispositivo que permite a un mecanismo efectuar esas operaciones"⁵.

Los códigos epistemológicos constituyen códigos del tipo lógico, y se caracterizan por el hecho de que sus relaciones son significadas por medio de un sistema de significantes especialmente concebidos para cada tipo de código; tal es el caso de las ciencias, como las matemáticas, la física y la química, que crean sus propios códigos de significación.

Los códigos científicos así mencionados, presentan dos tipos de significación: arbitraria y figurada. *Arbitraria* como la notación numérica y las funciones algebraicas o *figurada* como los planos, esquemas y gráficos. La arbitrariedad en este tipo de código, ayuda a protegerlo de toda contaminación analógica, pero se requiere de una motivación que ayude a la memorización de este.

Las artes adivinatorias por ultimo, constituyen la base del saber arcaico saber que perdura ampliamente en el pensamiento popular.

Dentro de los mas conocidos, tenemos: la adivinación por medio de astros (astrología), por medio de cartas (cartomancia), por medio de líneas en la mano (quiromancia), por medio de sueños (oniromancia), etc.

Se trata de sistemas de relaciones que poseen su propia estructura (cartas, astros, sueños) y cada una de estas estructuras, aplicada sobre la realidad, la recorta en relaciones análogas y le confiere un cierto sentido, que no es sino una relación.

1.5.2 Códigos estéticos

Este tipo de códigos, se opone antitéticamente a los códigos lógicos, ya que los códigos estéticos, se refieren al sentimiento intimo y puramente subjetivo que emite el alma frente a la realidad.

⁵ Pierre Guiraud. "La semiología", Siglo XXI, Argentina, 1974

Así tenemos, que el termino estético se refiere a la facultad de sentir y por tanto al modo de expresión de las artes y las literaturas. El arte es subjetivo, afecta al sujeto, es decir lo conmueve a través de una impresión o una acción sobre nuestro organismo o sobre nuestra psique. Significa la emoción que experimentamos frente a la naturaleza.

El signo aquí, es de tipo icónico y analógico, y es por ello que los signos estéticos son mucho más convencionalizados y por tanto, más codificados y socializados que los signos lógicos. Estos sistemas estéticos, adquieren una doble función, unos son la representación de lo desconocido, fuera del alcance de los códigos lógicos, medios de aprender lo invisible, lo inefable, lo irracional y de una manera general la experiencia psíquica abstracta a través de la experiencia concreta de los sentidos. Otros significan nuestros deseos recreando un mundo y una sociedad imaginarias que compensen las frustraciones del mundo y la sociedad existentes. Las primeras son artes del conocimiento, aunque este conocimiento sea precisamente lo desconocido; los segundos son artes de entretenimiento, en el sentido etimológico del termino.

Dentro de los códigos estéticos, encontramos:

Las artes y literaturas son representaciones de la naturaleza y de la sociedad representaciones que pueden ser reales o imaginarias, visibles o invisibles, objetivas o subjetivas. Las artes utilizan los media y los códigos correspondientes, pero a partir de esta primera significación crean significados a su vez significantes. Lo mismo ocurre con las literaturas, que son artes del lenguaje y crean objetos lingüísticos significantes.

la simbólica, que por el estudio de las religiones y las culturas primitivas, nos ha demostrado desde hace tiempo, el carácter simbólico de los ritos, los mitos, y las artes que son representaciones del mundo en las que los números, formas elementales, animales y plantas son signos. Aquí, las formas del mundo natural y humano son investidas de una significación analógica, formando así un sistema de signos.

1.6 La comunicación social

Además de las relaciones del hombre con la naturaleza, bajo la denominación de los códigos lógicos y estéticos, también el individuo pertenece a una sociedad, y de ella posee una doble experiencia (objetiva y subjetiva). Todo lo dicho hasta aquí, de los códigos, es aplicable a la significación y comunicación social.

La comunicación social tiene por objeto significar la relación entre los hombres, es decir, entre el emisor y el receptor. La sociedad es un sistema de relaciones entre individuos que tiene por objeto los intercambios, la procreación, la defensa, la producción, etc. Con este fin, las situaciones del individuo en la sociedad deben ser significadas, y precisamente los códigos sociales son una organización y una significación de la sociedad.

Los significados son allí los hombres o los grupos y sus relaciones, pero el hombre es el vehículo y sustancia del signo, es a la vez el significante y el significado. En realidad es un signo social de participación; en que el individuo pone de manifiesto su identidad y su pertenencia al grupo pero simultáneamente, reivindica e instituye esa pertenencia.

1.6.1 Signos

Estos signos, pueden ser más o menos socializados, es decir estructurados y convencionalizados. Son figuras alegóricas pero perduran en la vida social y en las instituciones, conservando solo un valor simbólico.

Los signos sociales son fuertemente connotados y expresan la majestuosidad, la fuerza, el poder, la humildad, etc. Valores que casi siempre tienen su origen en la simbólica, por lo que existe una afinidad con los signos estéticos, ya que existe una naturaleza icónica y además en la comunicación social el emisor es frecuentemente portador del signo, y es al mismo tiempo referente

Dentro de los signos sociales mas comunes, tenemos *las insignias, carteles y signos de cortesía*, cuya función es la de reconocer la identidad de los individuos y de los grupos

Los signos de identidad: insignias y carteles son marcas que indican la pertenencia de un individuo a un grupo social o económico. Tienen por función expresar la organización de la sociedad y las relaciones entre los individuos y los grupos. Existen distintos tipos de insignias, como: los uniformes, condecoraciones, tatuajes, peinados, los nombres y sobrenombres, las marcas de fabrica, etc.

Los signos de cortesía: son otro tipo de insignias o enseñas corporales que el hombre utiliza para comunicarse y hacer saber lo que se es. Dentro de este grupo de signos tenemos: el tono de voz, los saludos y formulas de cortesía, la kinesica (las mímicas y gestos), la proxemica (uso del espacio y tiempo), el alimento, y en general todo es signo en una sociedad: regalos, muebles , mascotas, etc. Todo lo que nos marque una pertenencia a un grupo social o una relación individual.

1.6.2 Códigos

Igual que todo signo en la naturaleza, también los signos sociales requieren de sus códigos para poder ser comprendidas las diversas vestimentas, alimentos, gestos, peinados, podríamos distinguir cuatro tipos de códigos sociales: los protocolos, los rituales, los juegos y las modas.

Los protocolos y la etiqueta determinan la ubicación de las personas en un cortejo, los saludos, la relación entre los interlocutores, los modales, etc

Los buenos modales son los signos por medio de los cuales el individuo manifiesta su pertenencia al grupo, su conocimiento y su respeto de los usos, lo identifican como un hombre de mundo o un rufián.

Los rituales son comunicaciones de grupos en donde el mensaje es emitido por la comunidad y en su nombre; el emisor es el grupo y no el individuo.

Los pactos, tratados y alianzas son relaciones entre grupos que intercambian obligaciones, servicios, bienes, etc., cuyas ceremonias son los signos: los ritos de iniciación, las consagraciones, los sacramentos, los ritos funerarios, instituyen relaciones entre el grupo y el individuo que recibe en su seno.

Los juegos son imitaciones de la realidad social construidas con el objeto de reubicar a los individuos en un sistema significativo. Los juegos corresponden a tres grandes modos de experiencia: intelectual y científica, práctica y social, afectiva y estética.

Al primer tipo pertenecen los juegos de construcción como los jeroglíficos, las adivinanzas, etc. Al segundo tipo se refieren los juegos que reubicar al jugador en el seno de una situación social, como la familia, el oficio, la guerra, etc. Finalmente al tercer tipo pertenecen los juegos en los que se adopta un rol, como el ajedrez imita la guerra.

Los juegos tienen la función del aprendizaje y la selección, además de una función de distracción, en medida en que satisfacen deseos de poder, fuerza, promoción social, etc.

Las modas son maneras de ser propias de un grupo, como: el vestido, alimento, etc. el deseo de identificación con un grupo prestigioso provoca la adopción de los signos que lo caracterizan, signos de un estatus social; pero estos signos son abandonados por los miembros del grupo que rechaza esa identificación. Por ello la moda es tan variable y creadora. La moda al igual que las diversiones, compensa frustraciones y viene a satisfacer deseos de prestigio y de poder.

1.7 Conclusiones

El objetivo que persigue este capítulo es el de tener una mayor comprensión del marco teórico, en torno a los procesos de significación, todo lo que interviene en ella y como se desarrolla, para así poder replantear y aplicarlo en la justificación de este proyecto.

Recapitulando, tenemos que existen dos grandes tendencias dedicadas al estudio de los signos, por un lado tenemos la *semiología* concebida por Ferdinand de Saussure como una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social y cuyo enfoque es generalmente lingüístico; y por el otro lado tenemos la *semiótica* formulada por Charles Sanders Peirce, que enfoca el problema de la significación desde el punto de vista de la lógica. Cada autor parte desde distintos enfoques pero ambas ciencias están encaminadas a la significación, por lo que tienen sus similitudes.

Para Saussure el signo es una entidad formada por un *significante* (imagen sensorial) y un *significado* (concepto) en donde interviene la *denotación*, que expresa el significado objetivo del signo y la *connotación* que esta compuesta por valores subjetivos atribuidos al signo. Para ello también intervienen otros fenómenos relativos al mismo objeto, como la *sincronía* y la *diacronía*, la primera estudia la constitución y funcionamiento de un sistema y la segunda estudia la evolución de este a través del tiempo.

Por otra parte, el signo para Peirce, también llamado *representamen* es algo que para alguien representa o se refiere a algo y crea en la mente de la persona un signo equivalente también llamado *interpretante* que esta en lugar del *objeto*, sólo como referencia a una idea que es el *fundamento del representamen*. En base a esta relación triádica entre el signo, su objeto y su interpretante, la semiótica se divide en tres ramas, la primera es la *gramática* dedicada a lo que debe ser en el signo, la segunda rama es la *lógica* encaminada a determinar la verdad en el signo y la tercer rama es la *retórica* dedicada a establecer las leyes que rigen al signo. De las relaciones triádicas también nacen 3 tricotomías que dividen al signo: la primera según que el signo en si mismo sea una cualidad (cualisigno), un existente real (sinsigno) o una ley (legisigno); segunda y la

tricotomía más importante, según que la relación del signo con su objeto consista en que el signo tenga algún carácter en sí mismo (ícono), en alguna relación existencial con el objeto (índice), o en su relación con su interpretante (símbolo); y tercera, según que su interpretante lo represente como un signo de posibilidad (rema), como un signo de hecho (signo dicente), o como un signo de razón (argumento).

La inherente función del signo consiste en establecer una comunicación y para ello intervienen: el objeto perceptible o solamente imaginable al que denota el signo, un código o sistema de significación que relacione al significado y al significante dándole sentido a este, un medio de transmisión o soporte para el signo (medios de comunicación), y finalmente un destinatario o receptor.

Un código es un sistema de convenciones socializadas, según Pierre Guiraud existen dos tipos de códigos dependiendo del tipo de signos que decodifiquen, estos pueden ser de tipo lógicos - técnicos, o del tipo afectivo - estéticos.

Los códigos lógicos significan un sistema de relaciones objetivas del hombre con el mundo que son reales, observables y verificables; dentro de este tipo de códigos encontramos cuatro clases: *códigos paralingüísticos* relacionado al lenguaje y que a su vez se divide en relevos, sustitutos y auxiliares del lenguaje; *códigos prácticos* referentes a las señales y programas que tienen por función coordinar la acción por medio de conminaciones, instrucciones y llamados de atención; *códigos epistemológicos* concerniente a las ciencias y cuyo sistema de significantes es autónomo y especialmente concebido para cada tipo; y por último las *artes adivinatorias* que constituyen la base del saber arcaico y el pensamiento popular, como la astrología y la cartomancia.

Completamente opuesto a los códigos lógicos, tenemos a los códigos estéticos que crean representaciones imaginarias que adquieren valor de signos en medida en que estos son aceptados y posteriormente convencionalizados. Dentro de este tipo de códigos encontramos a *las artes y literaturas* que son representaciones de la naturaleza y de la sociedad que crean objetos significantes; y *la simbólica* relacionada al estudio de las religiones, ritos y mitos.

Además de la relación del ser humano con la naturaleza bajo los códigos lógicos y estéticos, tenemos que el hombre es un ser social que pertenece a un grupo y por ello la comunicación social se encarga de significar la relación entre los individuos. Los signos sociales más comunes son: *los signos de identidad: insignias y carteles* que son marcas que indican la pertenencia de un individuo a un grupo y tienen por función expresar la relación entre los individuos y los grupos; y *los signos de cortesía* que son enseñanzas corporales que el hombre utiliza para comunicarse. Al igual que todos los signos, los signos sociales también requieren de sus códigos para poder ser comprendidas las diversas vestimentas, actitudes y gestos, aquí podemos distinguir cuatro tipos de códigos: *los protocolos* que determinan la ubicación y la manera de comportarse en una reunión; *los rituales* que significan la solidaridad de los individuos con respecto a obligaciones religiosas, nacionales y sociales; *los juegos* son imitaciones de la realidad social, que tienen por función la distracción y el aprendizaje y satisfacen deseos de poder, fuerza y promoción social; *las modas* es la manera de ser de un grupo, como el vestido, el alimento, etc.

Capítulo II- Estructuración de portada de revista

Este capítulo está enfocado a conocer el aspecto físico de este proyecto, es decir el medio editorial sobre el que se trabajará, en este caso la revista.

Además cabe mencionar que la revista al igual que cualquier otra publicación cuenta con sus características teóricas y técnicas propias y es necesario para este proyecto el conocerlas para poder ser llevadas a la práctica.

2.1 La revista

Históricamente, las primeras revistas aparecieron en Inglaterra a principios del siglo XVIII; eran semanales y más analíticas que los periódicos, de hecho las revistas nacieron como una variante polémica de los periódicos. Fue en los dos periódicos, *The Tatler* y *The Spectator* donde el nuevo soporte cobró rápidamente gran importancia, proporcionando un espacio para que los escritores y articulistas conformaran la agenda política y cultural del momento. Más tarde los editores americanos y continentales comenzaron a imitar a los ingleses⁶

En términos simples, una revista es un punto medio entre el libro y el periódico, en muchos aspectos, físicamente es más flexible que un libro y más rígida que un periódico; tiene mayor periodicidad que un libro, pero menor que en un periódico; incluso el rigor intelectual requerido por una revista se encuentra en un punto medio entre el libro y el periódico; pero lo que importa no es el nivel sino la proximidad de la relación intelectual entre la revista y sus lectores, que es llevada a cabo por a través del contenido editorial y el diseño de cada revista.

La creación de una revista es un proceso complejo y difuso, ya que no se pueden aplicar principios inmutables, debido a que no existe un problema común a todos los tipos de revista, y son muy diversos los tipos de solución que toman la síntesis de tipo y de imagen, adoptando una amplia gama de posibilidades que está solo un poco limitada por la forma rectangular del formato.

Existen muchos aspectos que intervienen en el producto final, como: los requerimientos publicitarios, las necesidades del mercado, el presupuesto, el papel, los métodos de impresión, la composición, las expectativas y prejuicios del lector, etc. Estas circunstancias configuran la formación de una revista, así el presupuesto determina el alcance del color y el lujo de la fotografía e ilustración, y los recursos en función del tiempo y personal que pueden asignarse a cada aspecto de la producción editorial; los métodos de impresión determinan los plazos y hasta cierto punto también la tipografía; las necesidades publicitarias influyen en la paginación; el buen juicio en las consideraciones del mercado influye en el diseño de la portada; y finalmente la naturaleza del material y el público lector mandan sobre la expresión visual.

Como en todo medio editorial, la función primordial del diseño en una revista es la de comunicar y expresar su contenido, actuar como catalizador de comprensión en la interacción del mensaje y el lector. Sin embargo, la revista cubre más funciones culturales que la mera transmisión de la noticia, son un medio de entretenimiento, son estimulantes,

⁶ William Owen. "Diseño de revistas", Editorial Gustavo Gilli, México, 1991.

son vínculos sociales de los individuos particulares con los intereses comunes, son volubles medios para la moda y el consumo y demandan un lenguaje visual rico. Las revistas tienden a incitar anhelos, establecer estándares y sobrepasar el carácter efímero de las noticias para convocar la ilusión de sustancia.

2.2 El formato

Las revistas son de los pocos medios en los cuales el diseñador tiene una mayor libertad al seleccionar el formato sobre el que van a trabajar. No existe ningún estándar de tamaño, forma o extensión que impida que funcione, una revista puede ser de cualquier formato y dimensión que se crea apropiado, tan sólo los medios de impresión y el material, pueden marcar ciertos límites.

Como ejemplo de la libertad que se da en la elección del formato, tenemos la revista *Shift* que en cada número se enfoca a un distinto tema y este determina la manera en que se presenta, en su número uno tuvo como asunto "carne", y se presentó sin encuadernar, pero con un agujero en cada esquina de las páginas y un gancho de carnicero (adjunto a la revista) que podía utilizarse a manera de encuadernación⁷.

La revista impresa más común, puede aparecer en gran variedad de formatos y tamaños de los que se pueden observar en un puesto de revistas.

Los tamaños estándar de los formatos de papel se basan en los formatos definidos en la norma DIN 476 del *Deutsches Institut für Normung* ("Instituto Alemán de Normalización" en alemán), más conocido como DIN. La norma alemana ha sido la base de su equivalente internacional ISO 216 de la Organización Internacional para la Estandarización que, a su vez, ha sido adoptada por la mayoría de los países (Europa).

Estos tamaños estandarizados están divididos en "series", cada una de las cuales está pensada para un uso concreto que determina sus proporciones, tenemos las series A, B, C, D y E, de las cuales la serie A es la principal y la más común, utilizada generalmente para papelería de oficina. Para esta serie, cada formato equivale a la mitad del tamaño superior o al doble del tamaño inferior, comenzando por el tamaño total de la hoja, así por ejemplo si doblamos por la mitad más larga un A3, obtenemos un A4.

Este último formato es utilizado por la mayoría de las revistas y viene determinado por el ancho de las bobinas de papel y por el tamaño del tambor de las imprentas de offset utilizadas para imprimir las revistas de mayor tirada. Sin embargo aquí interviene un factor importante ya que el papel viene en rollos de 965 mm de ancho, mientras que la circunferencia de los rodillos de las imprentas limitan el área de impresión a 630 mm (Europa) y 578 mm (EE.UU.). A pesar de que los recientes avances en las técnicas de impresión han permitido a diseñadores y personal de producción limitar al máximo esta diferencia entre el ancho del papel y el del tambor, el límite ya ha sido alcanzado. Esta diferencia entre las imprentas americanas y europeas significa una ligera variación en el formato estándar de cada país, siendo el americano es un poco más pequeño.

⁷ ejemplo de Jeremy Leslie. "Nuevo diseño de revistas", Editorial Gustavo Gilli, México, 2003

Por ello es que el formato carta (*Letter*) de 8,5×11 pulgadas, equivalente a 215,9×279,4 mm es el que mas se le asemeja al formato A4.

Fuera de las limitantes de impresión, no existe ninguna regla a cerca del formato a utilizar en una revista, sin embargo los equipos de ventas prefieren las revistas que parecen revistas, es decir que se ajusten a formatos mas comunes y por lo tanto mas comerciales, por lo que toda la industria esta orientada a producir, publicar y distribuir en un tamaño y formato determinado, permitiendo el uso de formatos irregulares sólo a revistas que no dependen del circuito comercial.

2.3 Los interiores

Más que cualquier otra cualidad, lo que hace de una publicación una revista, independientemente del formato en que aparezcan, son sus interiores y la manera en que son presentados, las revistas se basan en presentar de manera meticulosa y ordenada los diferentes tipos de información.

A pesar de que existe una amplia variedad temática en el campo de la revista, los interiores conforman siempre la parte informativa que guarda el contenido de la misma, y va encaminada al lector que la compra. Sin embargo, para poder conservar al lector interesado y captar a mas lectores potenciales, no basta sólo con el contenido informativo; si no que también, tanto el diseñador como el editor deben variar deliberadamente en cada número tanto el contenido como la manera de presentarlo; deben introducir variaciones en el ritmo y de este modo, seguir sorprendiendo. Este concepto es importante para todo tipo de revistas, ya sean convencionales y de tirada internacional o revistas pequeñas e independientes.

Por muy meticuloso que sea planeado el orden de los contenidos, es inútil, ya que el lector puede acceder la revista desde cualquier pagina, dependiendo de sus intereses, ya que no hay una única manera de transitar por una revista, esto provoca que el trabajo del diseñador sea una tarea difícil, ya que esta en la obligación de guiar al lector y de señalar el contenido.

Los elementos fijos que componen una pagina son: el titular, la introducción, la fotografía, los créditos y el texto; lo que define a una buena revista es la manera en que se diseñan y combinan estas partes y la manera en que interactúan las palabras.

En la actualidad, los avances en la tecnología han permitido al diseñador simplificar y ordenar el proceso de edición, además de tener una mayor libertad en la composición tipográfica y la exigencia de cumplir con las fechas de entrega, con esto el diseñador ha conseguido un control total sobre la apariencia de cada una de las palabras.

2.4 La portada

Esta es la parte más expresiva de una revista y dentro de muchos aspectos, la más importante, ya que es la encargada de captar el interés en el lector, en el breve instante en que ve la revista en un estante. Sin equívocos, de la portada depende un 60% de la tirada de la revista, dejando solo un 40% de importancia al contenido editorial.

La función práctica de la portada de una revista, puede dividirse en dos partes: por un lado debe de vender la idea de la revista como un todo, de cualquier temática que sea, y paralelamente debe de expresar la novedad como número independiente de esa misma revista. La portada debe gritar al lector esporádico que la revista trata del tema x, y a la vez debe explicar los contenidos de ese número en particular, tanto al lector esporádico como al habitual.

Independientemente de los contenidos variables que la portada pudiera presentar, la pieza clave es la cabecera, el nombre de la revista y como se presenta. Con el tiempo, la cabecera de una revista puede llegar a poseer identidad por si misma, como es el caso de revistas de renombre que han sobrepasado sus significados y tipografías originales y se han convertido en símbolos.

Debe existir una relación coherente entre los elementos de la portada: el nombre, el diseño del nombre, los contenidos de la revista y la imagen, ya que estos representan tanto la identidad de la revista, como al mercado al que va destinada. Todos los elementos que conforman la portada de una revista, deben ser considerados con un carácter semiótico. Cada revista constituye una serie de normas que ayudan a establecer una relación con el lector que fomente la familiaridad.

La mejor portada es aquella que por el alto impacto, hace que sea memorable y se recuerde, un tipo de portada que se graba de forma tan fuerte en la mente, que no puede olvidarse. Sin embargo en el circuito comercial, la mejor revista es la que vende y si realizamos una encuesta en un puesto de periódicos, nos revelaría que la idea de lo que más vende, es el rostro humano que mira directamente a los ojos del lector rodeado de montones de titulares relacionados con el.

Por ello, la portada es el área del diseño de revistas que esta sometido a un control más estricto y que provoca mayor conflicto entre las ambiciones estéticas del diseñador y el objetivo básico del beneficio. El rígido conservadurismo del diseño contemporáneo, esta en el miedo al fracaso y la seguridad de que si uno hace lo mismo que la competencia, al menos no le podrá ir peor que a ella.

En general, todas las revistas tienen un aspecto muy similar, esto ha desarrollado una serie de reglas para que cumplan con las obligaciones comerciales: el logotipo se coloca siempre a lo largo de la parte superior de la pagina; y se consideran esenciales los rostros a tamaño real, que inciten al contacto visual, para atraer al lector. Cuantas más historias aparezcan en la portada mejor; ya sean titulares o rompecabezas. Estas normas que no han sido establecidas por nadie, las otorga la sabiduría de cómo hacer una revista comercial con éxito, y son las responsables del gran número de similitudes entre las revistas convencionales.

Pero más importante, para que una portada sea memorable, requiere de una imagen atractiva y dinámica, para crear la máxima fuerza y equilibrio, un agudo sentido del color y la habilidad para combinar un amplio número de líneas tipográficas en un espacio pequeño. La portada conceptual para la cual es necesaria este tipo de imagen memorable, presenta un complejo problema de diseño, que requiere planificación, capacidad de sugerir indirectamente una redacción de texto inteligente y sobre todo, una ejecución de primera, ya que una buena idea presentada torpemente es menos que inútil. Estas portadas representan una reinterpretación y reintegración de signo en contextos nuevos para crear nuevos significados

Dependiendo del tratamiento visual que se le da a la portada, existen 4 tipos: la figurativa basada en un bombardeo de imágenes visuales, la narrativa, la abstracta basada en la abstracción gráfica y la referencia simbólica indirecta, y la basada en el texto y las construcciones tipográficas para generar contrastes.

Cuando las revistas no dependen de las ventas en los estantes y puestos de periódicos, es decir, cuando se basan en suscripciones, son de circulación restringida o simplemente no son comerciales, las posibilidades de experimentación en el diseño de portadas son ilimitadas, siempre y cuando los factores esenciales de reconocimiento no se alteren. El logotipo por ejemplo, no precisa estar colocado en la parte superior de la página; las abstracciones fotográficas e ilustrativas son perfectamente aceptables, y los titulares pueden reducirse al mínimo, a modo de muestra del texto contenido en el interior. A pesar de todo, lo que si se mantiene como regla general es que debe poder aspirar a ser de recuerdo imborrable, sin embargo lo que hace que una portada sea memorable, y el grado en que esta afecte directamente las emociones y la sensibilidad intelectuales y estéticas, son cuestiones que solo puede decidir el lector.

2.4.1 Estructura

Podría considerarse que la composición de una portada es una cuestión de disponer de los elementos, como el texto y las imágenes, de manera lógica y con un cierto equilibrio armónico, y lo es, sin embargo también es más que esto.

Tenemos que el formato (del que ya hablamos con anterioridad) es la base de la identidad visual y sobre el cual se estructurara la portada, pero para esto necesitamos de herramientas que nos ayuden, como las redes y retículas, que permiten dividir el espacio en secciones o módulos sobre los que se coloca el tipo, de acuerdo a especificaciones más o menos prefijadas. Determina en mayor o menor medida donde debe situarse la tipografía y la imagen de acuerdo con los requerimientos editoriales como la naturaleza de la ilustración, la jerarquía de la tipografía y como se combinan dentro de la página; y también con los requerimientos técnicos del papel, la impresión y el presupuesto.

La finalidad tradicional del formato y la retícula es el de facilitar la producción y dar coherencia y claridad a la forma, basándose en la función objetiva de que a cada elemento de la portada, pertenece una jerarquía particular del tipo. En esencia, el nombre de la revista tiene mayor jerarquía que los titulares de los artículos, mientras que la imagen debe poder sobresalir, sin causar competencia con el texto.

A pesar de que el diseñador tiene toda la libertad respecto a estructura en una portada, existen varios puntos que por ser más comunes, crean estándares que ayudan a que una revista sea más comercial, algunos de estos puntos son: el nombre de la revista debe situarse en la parte superior de la página y ocupar un tercio de su largo, la tipografía debe ser en colores llamativos, el papel satinado, la imagen más comercial en una portada es la de un rostro humano de frente y con la mirada dirigida hacia el comprador.

2.4.2 Síntesis y significado

Una buena portada debe poder expresar al lector un significado a través de un coherente y agradable dinamismo gráfico.

La *síntesis*, palabra que esta en lo más hondo del diseño y la composición de revistas, tiene dos significados íntimamente conectados. En términos abstractos es una expresión del problema global de diseño; el compendio de condiciones técnicas fondo, palabras, imágenes, secuencias y continuidad que conforman el principio de diseño. En términos concretos es la integración de los muchos elementos de la portada incluyendo color, forma, tipografía e imagen en un cuerpo único con un significado, ya que no vemos las cosas como entidades independientes, sino como una relación dinámica.

La unidad óptica produce un flujo integrado de información y crea un objeto único y un carácter único de entre los dispares componentes visuales de la página. Crea agitación y dinamismo y debe permitir al ojo ver más allá de los significados superficiales y combinar con éxito una variedad de signos y símbolos complejos. Esto es lo opuesto a la mera colocación de los elementos en una portada, sin interconexiones gráficas o asociativas con un planteamiento carente de genio, que ignora que estos elementos están, de hecho, actuando conjuntamente en el trabajo. Este tipo de enfoque estático es erróneo, ya que no genera la fuerza suficiente para inducir al lector, quien debe hacer todo el trabajo de interpretar conexiones y significados.

La reintegración de las formas simbólicas, figurativas y abstractas es precisamente lo que hace el diseñador al crear una composición “modelar fondos en una unidad plástica dinámica, mediante la interpretación de planos de color y líneas”⁸.

La organización de los elementos de una portada como un único objeto coherente y perceptible, dentro del que fluye una secuencia ordenada de información, es un acto de creación en el cual el diseñador crea un juego de prioridades y vínculos para dirigir la atención del ojo y de elementos asociativos, para que sean captados por la mente, en este proceso el diseñador debe buscar también el equilibrio de los componentes, a través de la experiencia y el raciocinio, y de acuerdo a los preceptos de la ciencia visual, con el orden espacial derivado de la moderación o construcción modular, y a partir de las leyes de la percepción psicológica y de la organización de signos.

2.4.3 La imagen

La revista siempre ha sido una mezcla de palabras e imágenes, en lo que corresponde a portada, no es la excepción. Los dos aspectos se combinan de diferentes maneras para dar un aspecto único a cada publicación; sin embargo, la imagen aquí adquiere una mayor jerarquía, por lo que es necesario que esta sea la adecuada y represente de la mejor manera tanto el concepto de la revista, como el número independiente de esa misma revista.

Para ello se requiere de una imagen atractiva y dinámica, que sea capaz de crear la máxima fuerza y equilibrio, y tenga la habilidad para combinar un amplio número de líneas tipográficas en un espacio pequeño. Para esto, *la fotografía y la ilustración* son las herramientas de comunicación.

⁸ William Owen. “Diseño de revistas”, Editorial Gustavo Gilli, México, 1991.

La fotografía es una de las contribuciones más importantes al carácter de una revista, el fotógrafo puede subordinar las características de las lentes y película a sus intenciones fotográficas, para obtener realismo, humor y seriedad, usar el grano y el enfoque, difuminar y distorsionar el color, alterar el ángulo y la perspectiva visual, y finalmente emplear la manipulación digital con el fin de describir de forma directa un estado de ánimo y un contexto.

La fotografía como medio de dirigir la respuesta del ojo es un arma esencial en el arsenal gráfico, el método clásico consiste en usar la línea visual de un retrato para dirigir al lector hacia el texto. La fotografía también puede ser utilizada como medio para generar profundidad y textura en una imagen, para proporcionar un estrato adicional de interés gráfico con potencial evocador.

La ilustración es otro medio de presentar a la imagen, es de gran utilidad cuando los conceptos que se busca comunicar, no pueden ser fotografiados. La ilustración conceptual presenta algunas ventajas sobre la fotografía, ya que ofrece una contribución individual vigorosa al texto. También puede actuar como contrapunto humanístico de la fotografía, puede brindar cierta identidad estilística, o continuidad al texto; pero para justificar su presencia la ilustración debe proporcionar comentarios, caricaturas, ambiente o emoción, o revelar el pensamiento a través de la metáfora. Debe hacer algo que la ciencia objetiva o la fotografía no puedan hacer.

En un sentido general, tenemos que la imagen que en una portada representa un éxito comercial, es la del rostro humano completo preferiblemente a tamaño natural con los ojos dirigidos directamente hacia la cámara (pupilas separadas exactamente 6cm a 2 ½ pulgadas) sobre una encantadora y atractiva sonrisa, el rostro debe tener personalidad, no ser amenazador y reflejar una imagen especular del lector (o de forma más precisa sus aspiraciones físicas y sociales) y estar rodeado de tantos titulares como puedan introducirse en el lado izquierdo, derecho o inferior de la página.

Esto no necesariamente limita al fotógrafo y al diseñador para generar conceptos originales, ya que a menudo las portadas más efectivas, son las que utilizan imágenes con un fin claro, una auténtica inspiración y un buen concepto, aunque sean de una inferior calidad fotográfica. Con la fotografía como con la palabra escrita, el diseñador debe poder interpretar y alterar en un grado considerable el original; por lo tanto, el uso de la imagen requiere tanto sensibilidad como valentía y el conocimiento de cuando debe aislarse una fotografía y cuando transformarla con algún fin distinto.

Debido a los avances tecnológicos, la reproducción de una imagen se ha simplificado y aunado a esto la calidad ha mejorado al tiempo que los costes se han reducido, esto ha favorecido a la reproducción de la imagen a color, dejando el blanco y negro como una opción artística más que como resultado de un presupuesto reducido. Por otro lado, los distintos tipos de software nos permiten no solo ajustar colores y retocar fallos, sino también combinar y manipular completamente las imágenes. Esta tecnología, le ofrece al diseñador la capacidad de combinar imágenes y textos de manera más fácil y rápida.

El proceso de creación de imágenes ha pasado a ser un trabajo en colaboración, debido a la posibilidad de manipular incesantemente una pieza, ya sea esta una ilustración o una fotografía.

2.4.4 La tipografía

Muchas veces en el diseño de cualquier soporte, no se valora realmente la importancia de seleccionar una buena tipografía ya que vivimos en un entorno sobrado de imágenes en donde una imagen vale más que mil palabras, pero sin embargo, tanto el contenido como la forma y estilo de la tipografía es crucial en un soporte como lo es la revista, ya que ello determinará un porcentaje en el grado de impacto de la portada de una revista.

Por ello es muy importante la selección de la tipografía, y mucho más tratándose de una portada. Existen muchos factores que intervienen en esta selección, por ejemplo: el concepto que maneja tanto la revista como el número a publicar, que determinará gran parte de las características de la tipografía, como los colores y estilo; también tenemos la legibilidad, que limita un poco el uso de tipografías muy trabajadas e incomprensibles; y en contraparte la estética que nos impulsa a dejar estilos muy burdos y simples.

En cuestión de forma, tenemos que existen cuatro familias tipográficas de las que derivan todas las fuentes existentes: la primera es la familia *palo seco* que tiene formas simples rectas y curvas, como la fuente Arial; la segunda es la familia tipográfica que utiliza *patines* como por ejemplo la fuente Times New Roman; la tercera es la *script* que utiliza muchas formas curvas muy trabajadas, como la fuente Comercial Script y la cuarta y última las tipografías *góticas* nacidas de la manuscrita con formas rectas y curvas muy trabajadas, como la fuente Linus text.

En cuanto al tamaño más óptimo a utilizarse en una portada, no existe ninguna regla, se pueden utilizar desde puntajes muy bajos, hasta puntajes muy altos, sin embargo lo más común y práctico es que el nombre de la revista (*headline*) sobresalga más que el resto del texto, y los titulares (*subheadlines*) deben de tener el tamaño suficiente para que los note el lector, además cabe recordar que la revista estará junto a otras más, probablemente en un puesto de periódico y mientras más legible sea en cuanto al tamaño de la tipografía, será localizada con mayor rapidez por el lector. Siempre y cuando se respete la legibilidad y la comunicación, lo demás puede ser modificado a criterio del diseñador.

2.5 Conclusiones

Este capítulo está encaminado a explorar el soporte físico de este proyecto (la revista), así como también conocer sus elementos y como cada uno de estos influye en un todo bien estructurado.

La revista es un soporte de diseño que tiene la función primordial de comunicar y expresar su contenido y actuar como catalizador entre el mensaje y el lector, su proceso de creación es muy complejo ya que existen muchos aspectos que intervienen y definen el producto final como los requerimientos publicitarios, las necesidades del mercado, el presupuesto, el papel, los métodos de impresión, la composición, las expectativas y los prejuicios del lector. Además recordemos que no existe un problema en común para todos los tipos de revista y son muy diversas las soluciones resultantes que sólo son un poco limitadas por la forma rectangular del formato.

Hablando del formato, no existe ningún estándar para que una revista funcione, sin

embargo las estadísticas nos indican que las revistas mas populares son aquellas que se ajustan a formatos más comunes y comerciales.

Los interiores de la revista conforman siempre la parte informativa que guarda el contenido de la revista y es importante la manera en que son presentados, ya que van dirigidos al lector que la compra. Sin embargo, la parte más expresiva y que cobra mayor jerarquía, siempre es la portada, ya que es la que se encarga de capturar el interés del lector en el breve instante en que la ve, y esta encargada de un 60% de la tirada de la revista, dejando un 40% de importancia al contenido editorial. La portada debe poder representar los contenidos de ese número en particular, pero también por medio de una relación coherente de sus elementos (el nombre, el diseño del nombre, la imagen, el texto, etc.), debe representar la identidad de la publicación.

Aunque hay una serie de convenciones muy recurrentes dentro de la revista comercial, como la ubicación del nombre en la parte superior de la pagina, el uso de rostros humanos que inciten al contacto visual y la saturación de los titulares; para el caso de las revistas que no dependen de las ventas, no existe ninguna restricción y las posibilidades en el diseño de portada son ilimitadas; y a menudo las más efectivas son aquellas con un fin claro y un buen concepto.

La pieza clave de la portada es la cabecera, ya que el nombre de la revista y el como es presentado, con el tiempo puede llegar a poseer identidad por si misma. Otro aspecto importante dentro de la portada es la selección de la imagen, que debe ser la adecuada, una imagen atractiva y dinámica que sea capaz de crear gran fuerza y equilibrio y tenga la habilidad de combinar un gran número de líneas tipográficas en un espacio pequeño; para ello el diseñador se vale de la ilustración y la fotografía que le ayudaran a generar el concepto grafico requerido. También es importante la selección de la tipografía, independientemente del contenido, el estilo y la forma de los tipos influirá dentro de la portada y ayudara a definir el concepto de la misma.

La mejor portada debe poder expresar al lector un significado a través de una coherente integración de todos sus elementos, incluyendo color, tipografía e imagen en un cuerpo único, comprensible y perceptible, esta es la labor del diseñador que crea una serie de vínculos para dirigir la atención del ojo y de elementos asociativos para que puedan ser captados por la mente del lector.

Capítulo III- Antecedentes de la Institución

La siguiente información tiene por motivo el de situar a la institución dentro de su marco histórico para así lograr una mejor comprensión del proyecto. En primera instancia se tratara a la Escuela Nacional Preparatoria de manera muy general, para tener un marco previo del plantel #3 “Justo Sierra” y así poder ir de lo general a lo particular.

Ya que este tipo de información no puede ser modificada, por ser de tipo histórica, la información ha sido recopilada de las siguientes fuentes:

- <http://dgenp.unam.mx/>
- boletín de bienvenida a la generación 2005-2007 de la Escuela Nacional Preparatoria plantel 3 “Justo Sierra”. Proporcionado por la misma institución.

3.1 Escuela Nacional Preparatoria⁹

La Escuela Nacional Preparatoria como parte del sistema educativo mexicano y del ciclo del bachillerato de la UNAM, tiene el compromiso y la obligación de responder satisfactoriamente a los retos y demandas de la Universidad y la sociedad en su conjunto para así continuar con su carácter de institución pública, siendo el modelo educativo del bachillerato mexicano. Para cumplir con esta obligación y mantener el liderazgo educativo en el ciclo de enseñanza media superior de México, la Escuela Nacional Preparatoria debe diseñar los programas necesarios para la consecución de lo anterior, con base en:

- La misión específica de nuestra institución.
- Los lineamientos establecidos en el Plan de Desarrollo de la UNAM que inciden en el Bachillerato.
- El programa de fortalecimiento del Bachillerato de la UNAM
- Las políticas Académicas Generales para el Fortalecimiento del Bachillerato (CAB)
- La evaluación del Plan de Desarrollo de la ENP 1998-2002.
- La participación plural y colegiada de los académicos en el desarrollo e implantación de los programas y acciones necesarias para enriquecer, impulsar, actualizar, optimizar y mantener vigentes los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- Las experiencias y resultados de los dos subsistemas del bachillerato universitario y los de otras instituciones educativas de este ciclo de estudios.
- El máximo aprovechamiento de la infraestructura académica, administrativa y física en la ENP como de toda la UNAM.
- Un sistema de evaluación permanente, cuyos indicadores permitan conocer los avances y resultados de las acciones emprendidas para corregir posibles desviaciones. La Escuela Nacional Preparatoria está formada por una Dirección General y nueve planteles con dos turnos cada uno, a nivel preparatoria y exclusivamente en el plantel número dos con el nivel de Iniciación Universitaria.

3.1.1 Antecedentes históricos

En 1857 en México, las principales instituciones de educación media y media superior como los Colegios mayores de San Pedro y San Pablo, y el de San Ildefonso, estaban en manos del Clero, en el cuál prevalecía una instrucción de tipo dogmática.

⁹ <http://dgenp.unam.mx/>

Con el establecimiento de la República y la Institución de la nueva Constitución de 1857, el Presidente Juárez, nombró Ministro de Justicia e Instrucción a Antonio Martínez de Castro, encomendándole la reestructuración de la enseñanza. Martínez de Castro designó al Dr. Gabino Barreda para establecer las bases de la nueva organización para la educación pública.

Gabino Barreda elaboró su proyecto educativo basándose en la corriente positivista del francés Augusto Comte, que anteponía el dogmatismo, el razonamiento y la experimentación. En este contexto, el 2 de diciembre de 1867, el Presidente Juárez expidió la "Ley Orgánica de Instrucción Pública en el Distrito Federal", en el cual se establecía la fundación de la Escuela Nacional Preparatoria; los estudios que se impartirían serían los correspondientes para poder ingresar a las Escuelas de Altos Estudios.

El 17 de diciembre del mismo año, el Presidente Juárez nombra al Dr. Gabino Barreda como primer director de la ENP.

El 3 de febrero de 1868, se inauguró el primer ciclo escolar de la Escuela Nacional Preparatoria con una matrícula de novecientos alumnos, doscientos de los cuales eran internos en las instalaciones del Antiguo Colegio de San Ildefonso, misma que se ocupó como escuela hasta 1982.

El plan de estudios contemplaba cinco ciclos anuales. La aprobación del decreto y el inicio del ciclo escolar, desataron fuertes controversias entre positivistas, católicos y metafísicos, mismas que continuaron hasta finales de 1868.

En enero de 1870, se presentaron los primeros resultados en el ámbito nacional de la labor educativa de la Preparatoria, ya que la reforma del plan de estudios del Instituto Literato de Toluca, se realizó con base en el espíritu positivista de Barreda.

3.1.2 Misión

Educar hombres y mujeres que mediante una formación integral, adquieran una pluralidad de ideas, la comprensión de los conocimientos necesarios para acceder con éxito a estudios superiores, así como una mentalidad analítica, dinámica y crítica que les permita ser conscientes de su realidad y comprometidos con la sociedad.

Además, tener la capacidad de adquirir constantemente nuevos conocimientos, destrezas y habilidades para enfrentarse a los retos de la vida de manera positiva y responsable.

Realizar investigación educativa para desarrollar y aplicar nuevos métodos y técnicas avanzadas de enseñanza, que eleven la calidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

3.2 Historia del Plantel 3 “Justo Sierra”¹⁰

En 1923, se dio trámite a una petición que ya cierto grupo de profesores había hecho al Lic. José Vasconcelos, Secretario de Educación Pública un año atrás consistente en el proyecto para crear una preparatoria nocturna.

Merced a la ideología del Lic. Vicente Lombardo Toledano, Director de la ENP, que comulgaba cien por ciento con los intereses de los trabajadores, vio la necesidad de algunos jóvenes empleados cuyo deseo era estudiar y la incompatibilidad de horario lo hacía imposible; alentado por un grupo entre los que destacó José Ma. de los Reyes, decidió dar trámite ante las autoridades a la solicitud para crear la Preparatoria Nocturna, que funcionó en el mismo local de San Ildefonso de la ENP.

Fue tal el entusiasmo por la preparatoria en este periodo, que el Maestro Vasconcelos hizo las gestiones necesarias para ampliar el local en el antiguo Templo de San Pedro y San Pablo y el propio Presidente Obregón lo inauguró el 8 de julio de 1923.

Aunque las clases habían dado inicio la tarde del 15 de marzo con el reducido número de 26 alumnos y finalizó con 41, la matrícula se incremento en proporciones enormes, puesto que entre 1925 y 1929 llegó a contar con 500 alumnos. Mudos testigos del esfuerzo juvenil fueron los muros y arcadas del noble edificio de San Ildefonso enclavado en el céntrico barrio tradicionalmente universitario, cuyas vías principales las constituyen las calles de San Ildefonso, Argentina, El Carmen y Justo Sierra.

Así pues, alumnos, maestros y trabajadores hermanados en una cruzada educativa laboraron bajo el lema “La Misma Oportunidad para Todos” y justo es decir, que el joven estudiante José Ma. de los Reyes se esforzó como nadie para realizar el legítimo anhelo de sus compañeros sin escatimar tiempo ni esfuerzo para difundir por todos los rumbos de México la noticia de la creación de la Preparatoria Nocturna. Con acciones como ésta, se logro que poco a poco la Preparatoria Nocturna cobrara popularidad y simpatía ante el esfuerzo de sus profesores por transformar generaciones de jóvenes empleados y trabajadores en hombres mejor preparados y profesionistas.

Actualmente sus instalaciones están ubicadas en Av. Ing. Eduardo Molina 1577 Col. Salvador Díaz Mirón, las cuales fueron inauguradas en Diciembre de 1980 dando inicio a una nueva etapa en su historia.

3.2.1 Misión

- educar a mujeres y hombres para que obtengan una formación integral que les permita contar con:
- una amplia cultura
- Los conocimientos sólidos necesarios para cursar con éxito estudios superiores.
- Una mentalidad analítica, dinámica y crítica que les permita ser conscientes de su realidad y comprometidos con la sociedad.

¹⁰ boletín de bienvenida a la generación 2005-2007 de la Escuela Nacional Preparatoria plantel 3 “Justo Sierra”.

- La capacidad de obtener por si mismos nuevos conocimientos, destrezas y habilidades que les posibilite enfrentar los retos de la vida de manera positiva y responsable.
- también es parte inherente de la misión de la ENP, realizar investigación educativa para desarrollar y aplicar nuevos métodos y técnicas avanzadas de enseñanza que eleven la calidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

3.2.2 Valores

- responsabilidad
- confiabilidad
- respeto
- honestidad
- trascendencia (importancia)

3.2.3 ¿Quién fue Justo Sierra?

Nace en la ciudad de Campeche el 26 de enero de 1848. El deceso de su Padre, en 15 de enero de 1861, determina el traslado de la familia a la Capital y el ingreso de Justo Sierra Méndez, como interno, en el Liceo Franco Mexicano. Posteriormente se inscribe en el Colegio de San Ildefonso, donde se recibe de abogado en 1871 y en ese mismo año, es nombrado diputado suplente.

En 1876 toma las armas a favor de José María Iglesias y en 1878, Porfirio Díaz lo incorpora a la política. Con todo, su interés por la Sociología, la Historia y la Educación, fueron madurando en su ánimo y en sus conceptos como lo manifiesta reiteradamente en sus escritos publicados en El Federalista, La Tribuna y La Libertad; publicación, esta última, que dirigió hasta la muerte de su hermano Santiago.

Ya en plena actividad educativa, es designado Presidente del Primer Congreso Nacional de Educación en 1888, y por elección de los maestros de toda la República, en 1890-91, lo refrendan para el cargo en el Segundo Congreso Nacional de Educación. Entre los puestos políticos que desempeñó fue diputado al Congreso de la Unión, Magistrado de la Suprema Corte de Justicia, Subsecretario de Instrucción Pública y Ministro de Instrucción Pública y Bellas Artes; este último cargo lo asumió desde el 18 de mayo de 1905 al 24 de marzo de 1911 en que renuncia al gabinete de Porfirio Díaz. Culmina ese ministerio al convertirse en realidad su más profunda aspiración de educador al fundar en 1910 la Universidad Nacional.

En 1912 es nombrado Ministro Plenipotenciario en España a partir del 30 de abril y fallece en Madrid el 13 de noviembre de 1913. Los restos fueron trasladados a México y sepultados en el Panteón Francés; en el primer centenario de su nacimiento, la Universidad lo declaró Maestro de América y se llevaron entonces a la Rotonda de los Hombres Ilustres.

La obra de Justo Sierra es de las más ricas y exuberantes de su época: se registran en ella las manifestaciones culturales y anímicas que caracterizaron su tiempo en lo más significativo de los cambios que le tocó vivir. Fue poeta, narrador de cuentos y viajes y en todas esas empresas impregnaba la pasión de su entrega con poderoso vigor dialéctico y capacidad para convencer a sus auditorios. Al fundarse la Escuela Preparatoria, imparte

en sus aulas la cátedra de Historia Universal y adquiere fama de ser el más elocuente de los maestros en su tiempo; aunque son sus libros de Historia de México, Evolución política del pueblo mexicano y Juárez, su obra y su tiempo, donde manifiesta su poder de síntesis interpretativa y las preocupaciones transformadoras de la pedagogía en la tarea gubernamental.

En el 150 aniversario de su natalicio su nombre fue inscrito en letras de oro en el recinto de la Cámara de diputados.

Por su noble labor a favor de la excelencia académica y todas las virtudes que encerraba la personalidad del Maestro Justo Sierra Méndez, el Plantel No. 3 de la Escuela Nacional Preparatoria se enorgullece en llevar su nombre.

3.3 Símbolos de la ENP¹¹

3.3.1 Lema

"Amor, orden y Progreso"
Escrito por Gabino Barreda

3.3.2 Himno Preparatoriano

Escuela Nacional Preparatoria
te canta con amor la juventud;
la patria se ennoblece con tu historia,
prodigio de saber y de virtud;
y todo el continente ve tu gloria
cual nimbo de radial excelsitud.

Formidable como un rito
y triunfal cual un poema.
te escribió Barreda un lema,
que su nombre perpetuó
y al clamar con entusiasmo
"Amor, orden y progreso"
de la patria el dulce beso
tu ideal santificó.

Escuela Nacional Preparatoria
te canta con amor la juventud;
la patria se ennoblece con tu historia,
prodigio de saber y de virtud;
y todo el continente ve tu gloria
cual nimbo de radial excelsitud.

Manuel M. Bermejo.

¹¹ boletín de bienvenida a la generación 2005-2007 de la Escuela Nacional Preparatoria plantel 3 "Justo Sierra".

3.3.3 Goya

¡GOYA!, ¡GOYA!

CACHÚN, CACHÚN,
RA, RÁ

CACHÚN, CACHÚN,
RA, RÁ

¡GOYA! ¡¡

UNIVERSIDAD!!

Esta porra universitaria, que se ha convertido en parte de la identidad de la UNAM, también tiene su historia:

En la primera mitad de los años 40, llegó a la Preparatoria un escuálido muchachito llamado Luis Rodríguez, quien por su extrema delgadez fue apodado "Palillo", estudiante que al paso del tiempo, se convertiría en el más dinámico porrista del rudo deporte de las tacleadas.

"Palillo", quien tenía grandes dotes de líder se las ingeniaba para negociar con los encargados de los cines aledaños a la Preparatoria, para que permitieran pasar a algunos estudiantes sin pagar boleto. Los cines en cuestión eran el Río, el Venus y el más cercano a la Preparatoria "EL GOYA", que estaba en las calles del Carmen casi frente a la Hemeroteca Nacional. Cuando se buscaba "matar el día" o "irse de pinta" al cine, se gritaba ¡GOYA!, ¡GOYA!; tiempo después se le agregaron las palabras ¡CACHUN!, ¡CACHUN! ¡RA, RA! que al decir de los conocedores de esa época, hacían alusión a que una chica había accedido a acompañarles al cine. En ese entonces, la palabra "cachún" equivalía a "cachondear".

Así, el ¡Goya! fue grito de reunión para la sana distracción y posteriormente los jugadores de futbol americano lo tomarían como su grito de guerra, ya que Luis Rodríguez, el popularísimo "Palillo", lo supo conducir con vibrante magnetismo, haciendo temblar a los graderíos e invocado por decenas de miles de gargantas, premiaban y conducían a dejar sobre el emparrillado la vida misma si fuera necesario, por lograr una victoria para la Universidad.

3.3.4 Escudos

3.3.4.1 Universidad Nacional Autónoma de México



3.3.4.1.1 Símbolo deportivo Pumas



3.3.4.2 Escuela Nacional Preparatoria

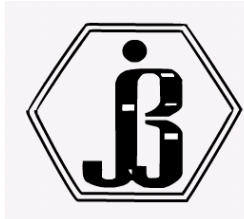


3.3.4.3 Planteles 1-9

Plantel 2



Plantel 3



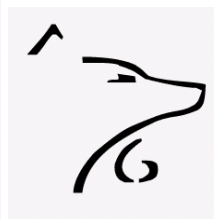
Plantel 4



Plantel 5



Plantel 6



Plantel 7



Plantel 8



Plantel 9



3.4 Publicaciones

3.4.1 Universidad Nacional Autónoma de México

“Los Universitarios” revista de Coordinación de Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México. Centro cultural universitario, Ciudad universitaria

3.4.2 Escuela Nacional Preparatoria

“Difusión de la academia y la cultura” publicación trimestral de la Escuela Nacional Preparatoria.

“Amaxac” publicación del plantel #1 Gabino Barreda de la Escuela Nacional Preparatoria.

“Imagen Preparatoria 2” organo informativo de la Escuela Nacional Preparatoria plante #2 Erasmo Castellanos Quinto.

“Gaceta de Coapa” una publicación de la Escuela Nacional Preparatoria 5 José Vasconcelos.

“Universo de el buho” revista mensual de la Escuela Nacional Preparatoria #7.

“Tablero de Notas” una publicación cuatrimestral de la Escuela Nacional Preparatoria # 9.

3.5 Conclusiones

Este capítulo nos ayudara a comprender mejor el problema, definiendo la situación de la institución y su ubicación en espacio-tiempo, para así conocer que ¿es lo que busca? y ¿hacia donde se dirige? Y poder tener un mejor desempeño en este proyecto.

La Escuela Nacional Preparatoria conformada por 9 planteles, es una institución que responde a la necesidad de satisfacer los retos y demandas de la Universidad y la sociedad, para así poder continuar siendo el modelo educativo del bachillerato mexicano. Para esto depende de acatar los lineamientos establecidos en el plan de desarrollo de la

UNAM, las políticas académicas generales y aprovechar al máximo la infraestructura académica, administrativa y física.

Su misión, es la de educar a hombres y mujeres para que obtengan una formación integral que les permita contar con una amplia cultura y una mentalidad analítica, dinámica y crítica que les permita ser conscientes de su realidad y comprometerse con la sociedad, así como también que cuenten con la capacidad de obtener por sí mismos nuevos conocimientos, destrezas y habilidades que les posibilite enfrentar los retos de la vida de manera positiva y responsable. También es parte fundamental de la misión de la ENP, realizar investigación educativa para desarrollar y aplicar nuevos métodos y técnicas avanzadas de enseñanza que eleven la calidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Inherentemente a la misión, la ENP como institución, busca representar valores que la coadyuvaran a mantenerse como modelo educativo, como son: la responsabilidad, el respeto, la confiabilidad y la honestidad.

La Escuela Nacional Preparatoria plantel 3 “Justo Sierra”, comienza impartiendo aula en las instalaciones del antiguo colegio de san Ildefonso en febrero de 1868, como preparatoria nocturna para jóvenes empleados y trabajadores; y pronto su demanda se incrementó debido al esfuerzo de sus profesores por transformar generaciones de jóvenes en hombres mejor preparados y profesionistas. Actualmente sus instalaciones se encuentran en Av. Ing. Eduardo Molina 1577 Col. Salvador Díaz Mirón, las cuales fueron inauguradas en diciembre de 1980 dando inicio a una nueva etapa en su historia.

La ENP plantel 3 lleva el nombre de un gran personaje, cuyo trabajo fue muy importante debido a su noble labor a favor de la educación y todas las virtudes que encerraban la personalidad del maestro Justo Sierra. Su nombre se ha convertido en un símbolo que no sólo representa al plantel, sino también la idea de la excelencia académica.

Asimismo, la Escuela Nacional Preparatoria cuenta con numerosos símbolos, que la representan en diversas maneras, entre ellos se encuentran: su lema “Amor, orden y progreso” escrito por Gabino Barreda, el Himno Preparatoriano, el grito de Goya y los escudos de la ENP y de cada uno de sus nueve planteles.

Capítulo IV- Significación de las portadas de la Revista Justo Sierra “La Puerta al Horizonte Cultural”

Crear una revista es un proceso complejo y para ello se requiere de una metodología y un buen concepto. Esta fase del proyecto esta encaminada a mostrar como se desarrollo este proceso, pero también tiene la finalidad de justificar cada elemento plasmado en el resultado final.

Asimismo, el siguiente capitulo representa la culminación de este proyecto, ya que se enfoca en la fase terminal del mismo y en como fue llevado a la practica, partiendo de medios teóricos e información recopilada previamente en capítulos anteriores.

4.1 Servicio social

El servicio social, como su nombre lo indica es una labor que el individuo presta a su sociedad. El estudiante como prestante del servicio social, tiene el deber de ofrecer sus servicios a causas que así lo requieran, esperando con ello cubrir una necesidad y contribuir a su sociedad como una persona productiva.

En mi caso, fue presentando el servicio social en la institución Escuela Nacional Preparatoria Plantel 3 “Justo Sierra”, en el cual se me permitió ser participe en el proyecto de la revista Justo Sierra que aquí presento, en el que colabore en la concepción y estructuración de sus portadas.

4.2 Metodología

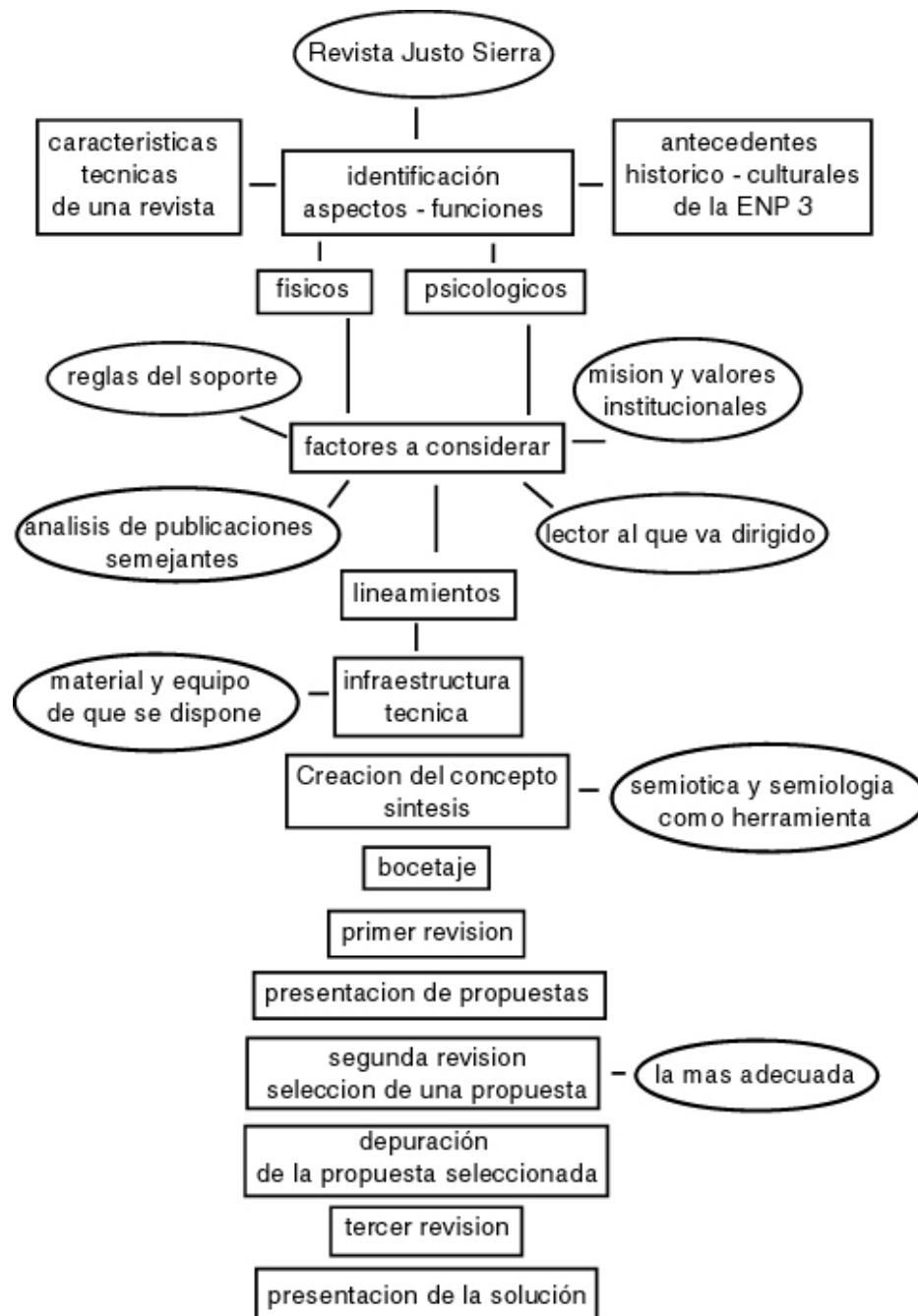
Básicamente, una metodología es la serie de pasos a seguir que conducen al conocimiento, expresa el producto mas acabado que la lógica elabora y su culminación sistemática. Aplicado al diseño, esta metodología es un proceso integrado de indicaciones y prescripciones para la solución de problemas derivados del diseño, y es la que determinara la manera de actuar y los procedimientos a seguir ante el problema.

Es imposible actuar sin seguir un método, ya que ejercer el diseño como simple inspiración artística, no seria diseñar, por que para cualquier problema deben de valorarse diversos aspectos, para poder ofrecer la mejor solución.

Por todo lo anterior, para este proyecto considere pertinente el empleo del modelo metodológico de Bruno Munari¹², ya que basa su método en la delimitación y planteamiento del problema como base fundamental para su solución y considero que conocer a fondo todos los antecedentes que rodean el problema es de gran importancia para poder definir el tipo de solución que se busca.

El método proyectual de Munari como el lo define, es una serie de operaciones necesarias y dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia y su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con un mínimo esfuerzo. Este método no es absoluto ni definitivo, por lo que es modificable, si intervienen otros valores objetivos que mejoraran el proceso. El siguiente esquema representa mi interpretación de este método, aplicado al proyecto en particular.

¹² Referencia del libro “Metodología del diseño fundamentos teóricos”. Luz del Carmen Vilchis. ENAP. México.1998



4.2.1 Planteamiento del problema

La problemática de este proyecto gira en torno a la creación de un órgano informativo individual para la Escuela Nacional Preparatoria Plantel No. 3 “Justo Sierra”, que sea capaz de crear un “sentimiento” de pertenencia hacia la comunidad del plantel, por medio de sus portadas, en donde buscara representar aspectos de la institución, que le den más

importancia y trascendencia a la misma, como son sus valores ideales e historia. Y el cual es ampliamente explicado en la primera parte de este proyecto.

4.2.2 Identificación de aspectos físicos - psicológicos

Este punto comprende la primera fase de investigación a cerca de la parte física y la parte psicológica del proyecto. Estas aclararan todas las dudas a cerca de las *características físicas de una revista*, como su estructura, formato y tipo de imágenes; así como también los *antecedentes históricos y culturales de la institución* a que va dirigida. Estos datos que se encuentran contenidos en los capítulos II y III respectivamente de esta tesina, son de suma importancia para la total comprensión del problema.

4.2.3 Factores a considerar

Como ya sabemos existen factores a considerar para toda problemática, los que intervienen aquí, son de tipo físico y psicológico, resultado de la primera fase de investigación, estos son: las reglas del soporte, el análisis de publicaciones semejantes, la misión y valores institucionales y el lector al que va dirigida la revista.

4.2.3.1 Reglas del soporte

Respecto a este punto, tal y como lo mencione en el capítulo II, no hay mayor limitación en el soporte que la zona rectangular del formato y en este caso la parte económica que se vera reflejada en los interiores a una sola tinta y la portada en selección de color. Del resto se tiene mucha libertad de experimentación con el soporte, aunque existen una serie de convenciones muy recurrentes, como la ubicación de la cabecera en la parte superior de la pagina, ya que el nombre de la revista y el como es presentado es una pieza clave en la portada, también son utilizados comúnmente los rostros humanos que inciten al contacto visual y la saturación de los titulares

Sin embargo estas convenciones no son de gran importancia ya que a menudo la revista mas efectiva es aquella con un fin claro, una imagen atractiva y un buen concepto que pueda expresar al lector un significado a través de una coherente integración de todos sus elementos, incluyendo color, tipografía e imagen en un cuerpo único, comprensible y perceptible.

4.2.3.2 Análisis de publicaciones semejantes

Como parte del estudio del problema planteado debemos preguntarnos si hay alguien que haya pasado por esto antes y ¿que puedo aprender de el?, es por ello que considero necesario el análisis de las portadas de las revista de otras instituciones y que mejor que las de los demás planteles de la Escuela Nacional Preparatoria. Esto ayudara a aprender de éxitos y errores ya existentes.

PUBLICACION	PLANTEL	TIPOGRAFIA	COLORES	IMAGEN	TIPO DE IMAGEN	ESTILO VISUAL	CONCEPTOS O VALORES
	"Amaxac" publicación del plantel #1 Gabino Barreda de la Escuela Nacional Preparatoria	Palo Seco Itálicas Estilizadas	dominante de colores fríos verde y azules	Fotografía e Ilustración	Figurativa	primitivo	Educativos Informativos
	"Imagen Preparatoria 2" órgano informativo de la ENP #2 "Erasmio Castellanos Quinto"	Palo Seco	dominan el color negro y de colores cálidos y neutros como naranja y ocre	Ilustración	Figurativa	clasicista	Culturales Artísticos
	"Gaceta de Coapa" una publicación de la Escuela Nacional Preparatoria 5 José Vasconcelos	Palo Seco Góticas Estilizadas	dominante de colores cálidos como el naranja y el rojo	Fotografía e Ilustración	Figurativas y abstractas	expresionista	Culturales Educativos Artísticos
	"Universo de el buho" revista mensual de la Escuela Nacional Preparatoria #7	Palo Seco Pálines	dominante de colores neutros como los cafés y ocre	Ilustración	abstracta	primitivo	Culturales Artísticos
	"Tablero de Notas" una publicación cuatrimestral de la Escuela Nacional Preparatoria # 9	Palo Seco	colores cálidos y neutros como naranja y ocre	ilustración Fotográfica	Figurativa	funcional	Culturales Informativos
	"Difusión de la academia y la cultura" publicación trimestral de la ENP	Palo Seco Pálines	negro y colores cálidos y neutros como rojo y ocre	Fotografía detalles	Figurativa	clasicista	Culturales Artísticos
	"Los Universitarios" revista de Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM Centro cultural universitario,	Palo Seco Pálines	dominante de colores neutros como los cafés y ocre	ilustración Fotográfica	Figurativa	expresionista	Culturales Artísticos

Preliminarmente tenemos que existe mucha diversidad entre las portadas de las revistas de los distintos planteles, sin embargo existe algo que todas ellas comparten y es su afán de representar a la institución por medio de valores afines que nos conlleven a la educación, la cultura y las artes.

4.2.3.3 Misión y valores institucionales

Básicamente la misión de la Escuela Nacional Preparatoria, es la de educar a hombres y mujeres para que obtengan una formación integral que les permita contar con una amplia cultura y una mentalidad analítica, dinámica y crítica que les haga ser conscientes de su realidad y comprometerse con la sociedad, así como también que cuenten con la capacidad de obtener por si mismos nuevos conocimientos, destrezas y habilidades que les posibilite enfrentar los retos de la vida de manera positiva y responsable.

La ENP como institución, busca representar valores que la coadyuvaran a mantenerse como modelo educativo, como son: la responsabilidad, el respeto, la confiabilidad y la honestidad.

4.2.3.4 Lector al que va dirigido

El publico al que va dirigida esta publicación, no solo es el cuerpo estudiantil, sino que se busca una mayor difusión que incluya a toda la comunidad universitaria, como profesorado, administrativos, docentes y personal de otros planteles. Por lo que se planea que sean enviados ejemplares a todos los planteles de la UNAM a nivel bachillerato; y es por ello que se requiere que sobre todo sus portadas fortifiquen la importancia de la institución para así generen trascendencia.

4.2.4 Lineamientos

En base a los puntos anteriores, se busca que las portadas de esta publicación sean muy representativas, capaces de evocar conceptos y valores referentes la institución, su misión e historia, con la finalidad de enaltecerla. Para ello será utilizada la semiótica y la semiología como herramientas de significación.

Por lo tanto, la imagen que se utilizara, será de gran importancia, ya sea ilustración o fotografía, deberá ser atractiva y dinámica, y poder denotar características formales de la institución.

El estilo visual que se busca es el funcional, ya que por su simplicidad, abstracción y equilibrio, tendrá mayor retención, representatividad y coherencia dentro de la composición.

La tipografía, como se puede observar en el cuadro comparativo de las portadas de los demás planteles, existe un predominante uso de tipos simples de la familia palo seco y tipografías con patines, esto se debe a que tienen gran legibilidad incluso en el caso de puntajes muy bajos. Por ello creo prudente el uso de estos mismos estilos tipográficos, ya que son acertados para este caso, además de que tienen connotaciones de formalidad y seriedad, que serán de gran ayuda para lo que se busca representar.

En cuanto a los colores, deberán ir de acuerdo al concepto que se trate, sin embargo ya que nos referimos a la UNAM, los colores azul y oro (amarillo) son muy representativos, ya que forman parte de su identidad institucional.

La relación coherente entre todos estos elementos deberá dar como resultado, un solo cuerpo que sea capaz de expresar un significado que evoque en la mente del receptor, la idea de cultura, así como también que logre connotar valores subjetivos propios de la institución.

4.2.5 Infraestructura

La institución cuenta con diversos recursos, entre ellos están el capital humano y los recursos materiales y económicos:

El *capital humano* esta formado por dos diseñadores que aparte de su quehacer comunicativo gráfico, trabajan conjuntamente con un comité editorial de 8 personas, el cual esta encargado de dirigir el proyecto, aprobar las portadas, seleccionar los artículos y efectuar las correcciones necesarias

Los *recursos materiales* de que se dispone, son los siguientes:

Un cubículo en donde se diseña la revista y se dan lugar las juntas del comité editorial, este se compone de:

- 2 Escritorios que contienen la papelería básica necesaria, como hojas blancas, clips, engrapadora, cinta adhesiva, disquetes, discos CD vírgenes, etc. Además, se archivan los originales de los artículos de la revista
- 2 Computadoras plataforma PC equipadas con pentium 4, 128 MB en Ram 40 GB en disco duro, conexión a Internet y con software especializado de diseño, como Pagemaker, Illustrator, Freehand, Photoshop, etc.
- Quemadores, necesarios para la extracción de archivos en disco, se cuenta con 2 quemadores, un interno en una de las computadoras y un externo.
- Libros y revistas de apoyo, como diccionarios especializados de lengua española, ingles, sinónimos, antónimos, errores ortográficos, etc. Y revistas de referencia, como son las de los demás planteles y otras publicaciones de la UNAM.
- 1 mesa y 8 sillas que son utilizadas solo cuando se realizan las juntas del comité editorial.
- Impresoras aunque estas no se encuentran en el cubículo, también están a disposición del proyecto, que son una impresora láser negro, en donde se imprime el dummy de los interiores de la revista y una impresora color inyección de tinta, donde se imprime el dummy de la portada y contraportada.

El *capital económico* es manejado por el director del plantel (presidente del comité editorial), para la producción de los ejemplares, en Fundación Medellín, una imprenta asociada a la UNAM.

4.2.6 Creación del concepto

PORTADA 1: Para el primer número se buscaba una introducción, algo que invitara al lector a hojear la revista, pero que a su vez supieran de que se trataba y fuera muy representativa de la institución, es por ello que se me ocurrió significar la historia de la Escuela Nacional Preparatoria, por medio de objetos y arquitectura. Para esto se resolvió en representar una puerta, ya que es una excelente metáfora de algo que comienza; pero

no podía ser cualquier puerta, tenía que ser muy representativa para la institución.

PORTADA 2: Para este número se quería representar a la institución, por medio de un personaje que le fuera significativo, presentar la parte humana de la Escuela Nacional Preparatoria, y que mejor candidato que el maestro Justo Sierra Méndez, del cual porta su nombre el plantel 3 de la ENP. Esta persona, que ha trascendido debido a su labor a favor de la excelencia académica, se ha convertido en toda una personalidad y un icono de la educación.

PORTADA 3: en este número se opto por seguir representando el lado humano de la institución, pero esta vez por medio de la parte mas importante para cualquier institución educativa, que son sus estudiantes, ya que se trata de la mayoría de la población de la Escuela Nacional Preparatoria. Es por ello que en este número se busco representar a esta gran mayoría, a través de las actividades de la institución con las que se identifica, para así generar un sentimiento de pertenencia y orgullo hacia su plantel.

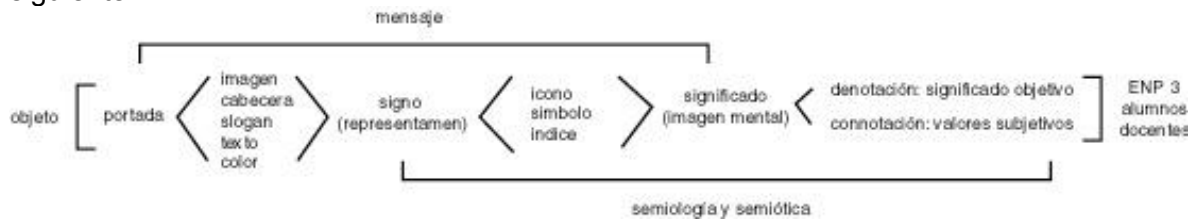
4.2.6.1 Análisis Semiótico

PORTADA 1:

Para poder comprender mejor como funciona la semiosis dentro de este proyecto, desarrolle un sencillo diagrama de flujo, aplicable a todas las portadas, el cual presento a continuación:



Este diagrama aplicado particularmente a este caso, se traduce de la manera siguiente:



En donde tenemos al significante (imagen sensorial) conformado por la portada en si como un todo, ya que el ser humano no ve las cosas como entidades independientes, sino como una relación dinámica; esta portada a su vez esta formada por varios elementos, como: la imagen (ilustración fotográfica), la cabecera, el slogan, el texto complementario y el color, estos conforman los signos dentro de la portada.

Debido a que la imagen es la que tiene mayor jerarquía y peso visual dentro de la portada analizaremos por separado su propia significación.

Tenemos que la imagen de la puerta, es por si sola un representamen, que contiene icono, índices y símbolo. Aquí se busca destacar el carácter *simbólico* de la puerta, este nos evoca a ideas como entrada o apertura, cuya denotación será de gran ayuda para el inicio de esta publicación ya que se trata del primer numero.

Su carácter *iconico* se encuentra al referirnos a su objeto real por medio de los indices que le son propios, estos *indices* son el material, las formas talladas, su antigüedad, etc, que nos expresan que se trata de una puerta antigua, con historia y que pertenece a determinada época; para aquellos que no la identifiquen, aun así, se busca que les connote a cultura e historia y en el caso de los académicos que deben poder ubicar que se trata de la puerta del antiguo colegio de San Ildefonso tendrá un significado que denote a los orígenes mismos de la Escuela Nacional Preparatoria, ya que históricamente fue ahí donde comenzó a impartir cátedra.

Aquí interviene un fenómeno de diacronía ya que hablamos de representar el inicio de algo nuevo por medio de los orígenes mismos de la institución; lo que hace aun más simbólica a la imagen.

Como portada, esta composición se enriquece semánticamente ya que adquiere más signos como son la cabecera, el slogan y el texto que guarda el contenido de la revista. Estos signos complementan la imagen formando un argumento en donde interviene otro signo (cualisigno) que es el color que forma parte tanto de la imagen (virada en azul) como del texto (amarillo) que por separado tienen amplias connotaciones, pero al momento de mezclarse visualmente el azul y el amarillo, conforman otro símbolo cuya denotación nos evoca el azul y oro que es parte de la identidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Además el texto se convierte en índices que apoyan y refuerzan el concepto, estos nos dicen que se trata de una revista cultural e informativa, el slogan “la puerta al horizonte cultural” junto con el numero 1, refuerzan la denotación de la imagen, que trata de una apertura, una entrada, el principio de algo. Finalmente la cabecera nos indica que se trata de una publicación de la ENP plantel 3 “Justo Sierra”, debido al nombre.

Como complemento a este análisis, se aplicaron una serie de encuestas para comprobar si el mensaje era el correcto, estas encuestas abarcaron a dos grupos, el primero fue el de los estudiantes y el segundo fue el comprendido por docentes y administrativos del plantel.

Las preguntas fueron las siguientes:

¿Te es agradable esta portada? ¿por qué?

¿Describe la imagen que ves?

¿Que idea te viene a la mente al ver esta portada, a que te remite?

¿cuáles son los elementos o características en la imagen que favorecen esa idea?

Los datos que de aquí resultaron, fueron que para el primer grupo (estudiantes) la portada les fue agradable a un 90%, el otro 10% le desagradó el hecho de que fuera un tanto formal el concepto; la imagen fue 100% percibida como una puerta antigua pero ninguno de los estudiantes identificó que se trataba de la puerta del antiguo colegio de San Ildefonso; por lo tanto la connotación que le dieron a la imagen fue encaminada a

conceptos históricos y culturales; y los elementos que destacaron para ello, fueron la forma de la puerta y el color.

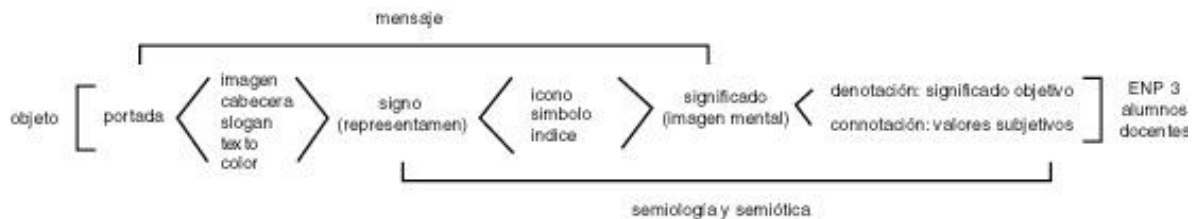
Para el segundo grupo (docentes) la portada les fue agradable en un 100%; la imagen fue percibida como una puerta antigua y un 70% identifico que se trataba de la puerta del antiguo colegio de San Ildefonso; con esto, la connotación que le dieron a la imagen abarco conceptos como historia, cultura, educación, orígenes de la ENP, pertenencia y orgullo; y para ello lo que mas llamo su atención fue la imagen.

PORTADA 2:

Para este caso, también se utilizo como base este sencillo diagrama de flujo:



El cual se puede traducir de la siguiente manera:



Aquí tenemos que el significante (imagen sensorial) esta formado por la portada, que a su vez esta compuesta por varios elementos, como: la imagen (ilustración digital), la cabecera, el slogan, el texto complementario y el color.

La imagen, es un signo que contiene cualidades *icónicas* y *simbólicas*, siendo una ilustración estilizada de un personaje, su carácter icónico radica en que por medio de los caracteres que le son propios, busca representar a su objeto, en este caso una persona, particularmente al maestro Justo Sierra.

Se puede apreciar que esta imagen icónica es un tanto fría en cuanto a su contenido referencial, ya que se trata de una estilización un poco abstracta, sin embargo esto no le resta identificación y es perfectamente reconocible, ya que este personaje debido a sus logros a favor de la excelencia académica, ha trascendido y se ha convertido en un *símbolo* dentro de la institución y el contexto educativo, que nos denota a ideas como la educación, la historia, la sabiduría y la cultura, y cuya connotación nos conlleva a diversos valores como pueden ser respeto, honestidad, responsabilidad, confiabilidad, etc.

Como en el caso anterior podemos ver que se trata de otra diacronía, ya que estamos hablando de todo un personaje histórico que ha sobrepasado el tiempo para convertirse en un símbolo atemporal que a su vez representa a una institución.

Dentro de la composición de la portada, tenemos que intervienen otros signos que complementan o refuerzan la significación de la imagen convirtiendo el todo en un megasigno, estos elementos son la cabecera, el texto y el color.

El texto nos refuerza la denotación a cultura y saber, por lo que complementa la significación de la imagen, al igual que la cabecera, que concuerda con el nombre de la institución y el personaje que se esta representando; estos elementos conforman *índices* que apoyan y fortalecen el concepto de la revista; el color por otra parte tiene su propia significación, podemos apreciar que se sigue manteniendo el contraste visual de azul y amarillo, estos cualisignos, que por separado tienen muchas y diversas connotaciones, al unirse conforman un *símbolo*, que nos evoca al azul y oro, que es parte de la identidad de la UNAM. Sin embargo, aquí también interviene otro color, el cual predomina sobre el retrato del personaje, este es el blanco, que debido a sus denotaciones como pureza y limpieza, refuerzan la idea sobre el personaje y nos da connotaciones como la honestidad y la rectitud

Como complemento a este análisis, también se aplicaron encuestas para comprobar si el mensaje era el correcto, estas encuestas abarcaron a dos grupos, el primero fue el de los estudiantes y el segundo fue el comprendido por docentes y administrativos.

Las preguntas fueron las siguientes:

¿Te es agradable esta portada? ¿por qué?

¿Describe la imagen que ves? ¿reconoces al personaje?

¿Que idea te viene a la mente al ver esta portada, a que te remite?

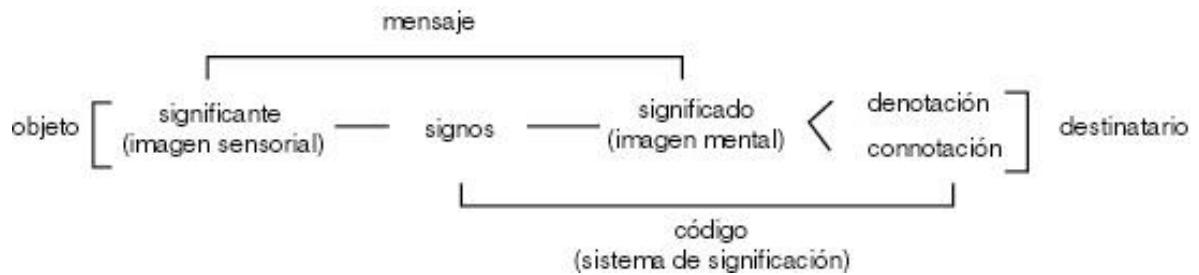
¿cuáles son los elementos o características en la imagen que favorecen esa idea?

Los datos que de aquí resultaron, fueron que para el primer grupo (estudiantes) la portada les fue agradable a un 80%; la imagen visual fue 100% percibida como el rostro de un personaje y un 60% reconoció que se trataba del maestro Justo Sierra; por lo tanto la connotación que le dieron a la imagen fue sobre historia, cultura, ciencia y academia; y los elementos que destacaron para ello, fueron la forma de la imagen y la manera como fue presentada a manera de trazos.

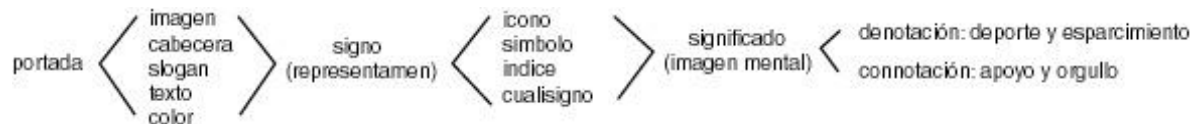
Para el segundo grupo (docentes) la portada les fue agradable en un 95%; la imagen visual fue percibida como el rostro de un personaje y un 90% identifico que se trataba del maestro Justo Sierra; con esto, la connotación que le dieron a la imagen abarco conceptos como historia, cultura, educación y respeto; y para ello lo que mas llamo su atención fue la imagen y la manera como fue presentada.

PORTADA 3:

Para este caso, también se utilizo como base el mismo diagrama de flujo que en los casos anteriores:



El cual se traduce de la siguiente manera:



Aquí tenemos que el significante (imagen sensorial) está formado por la portada, que a su vez está compuesta por varios elementos, como: la imagen (ilustración digital), la cabecera, el slogan, el texto complementario y el color.

La imagen en este caso, es una ilustración estilizada de una persona, esta imagen es un signo de tipo *icónico*, ya que por medio de sus cualidades y abstracción, busca representar no solo a una persona, sino a todo un grupo, en este caso la comunidad universitaria.

Aquí se encuentran contenidos muchos signos, como la playera que está utilizando que en su centro tiene el *símbolo* de los pumas que nos denota al equipo deportivo de la UNAM, además de que este símbolo deportivo es identificado masivamente, es también asociado con la Universidad Nacional Autónoma de México como institución.

Otro signo que aquí se presenta en la imagen, es la kinesica de la expresión corporal del individuo, ya que siendo una estilización, se ven más marcadas estas expresiones, como los rasgos del rostro y el cuerpo, estos son *índices* que nos expresan el estado anímico en que se encuentra el personaje y que nos denotan alegría y euforia, que dada la relación con el símbolo deportivo de la UNAM, nos evoca a ideas como el orgullo, la emoción y el apoyo.

Además se encuentra en segundo plano de la imagen, una textura visual que contiene transcrito el grito de goya, porra universitaria que se ha convertido en un *símbolo* ya que es parte de la identidad de la UNAM y que históricamente surgió como un grito de reunión para la sana distracción del estudiantado.

Como portada, esta composición adquiere más signos como son la cabecera y el texto. Estos signos complementan la imagen dando así el texto una mayor denotación informativa y cultural. Tenemos también que se sigue conservando el *símbolo* formado por el contraste azul y amarillo que nos denota pertenencia a la UNAM.

Todo esto refuerza el concepto de la portada y se enriquece semánticamente ya que se convierte en un *argumento* que significa un complejo interpretante.

Como complemento a este análisis, también se aplicaron encuestas para comprobar si

el mensaje era el correcto, estas encuestas abarcaron a dos grupos, el primero fue el de los estudiantes y el segundo fue el comprendido por docentes y administrativos.

Las preguntas fueron las siguientes:

¿Te es agradable esta portada? ¿por qué?

¿Describe la imagen que ves?

¿Que idea te viene a la mente al ver esta portada, a que te remite?

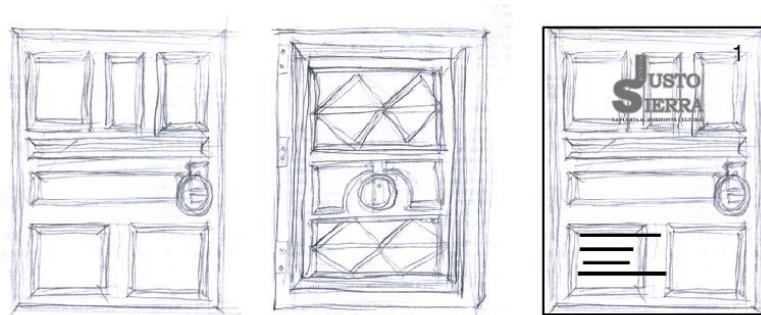
¿cuáles son los elementos o características en la imagen que favorecen esa idea?

Los datos que de aquí resultaron, fueron que para el primer grupo (estudiantes) la portada les fue agradable a un 80%; la imagen visual fue percibida como un aficionado o un jugador del equipo de soccer de la UNAM; por lo tanto la connotación que le dieron a la imagen fue sobre fútbol, éxito de la universidad, apoyo, deporte y afición; y los elementos que destacaron para ello, fueron el personaje y el grito de goya.

Para el segundo grupo (docentes) la portada les fue agradable en un 90%; la imagen visual fue percibida como un personaje apoyando a la UNAM; con esto, la connotación que le dieron a la imagen abarco conceptos como esparcimiento, diversión, apoyo y orgullo; y para ello lo que mas llamo su atención fue el grito de goya.

4.2.7 Bocetaje

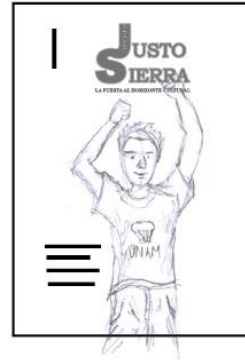
PORTADA 1:



PORTADA 2:



PORTADA 3:



4.2.8 Propuestas

PORTADA 1:

Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3



PORTADA 2:

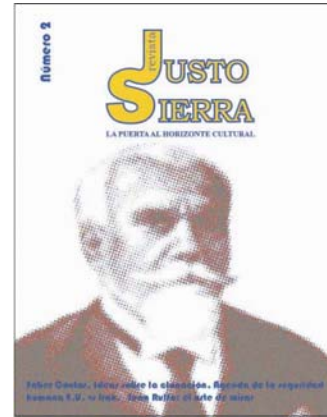
Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3

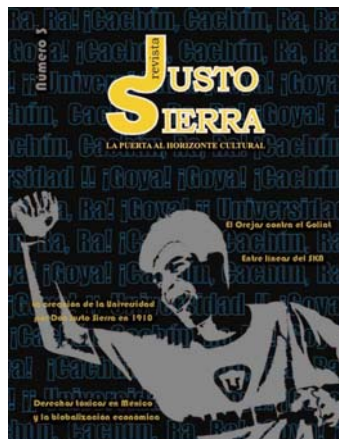


PORTADA 3:

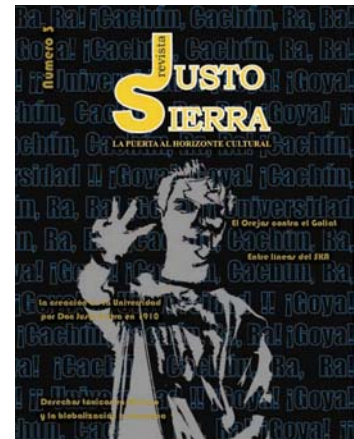
Propuesta 1



Propuesta 2

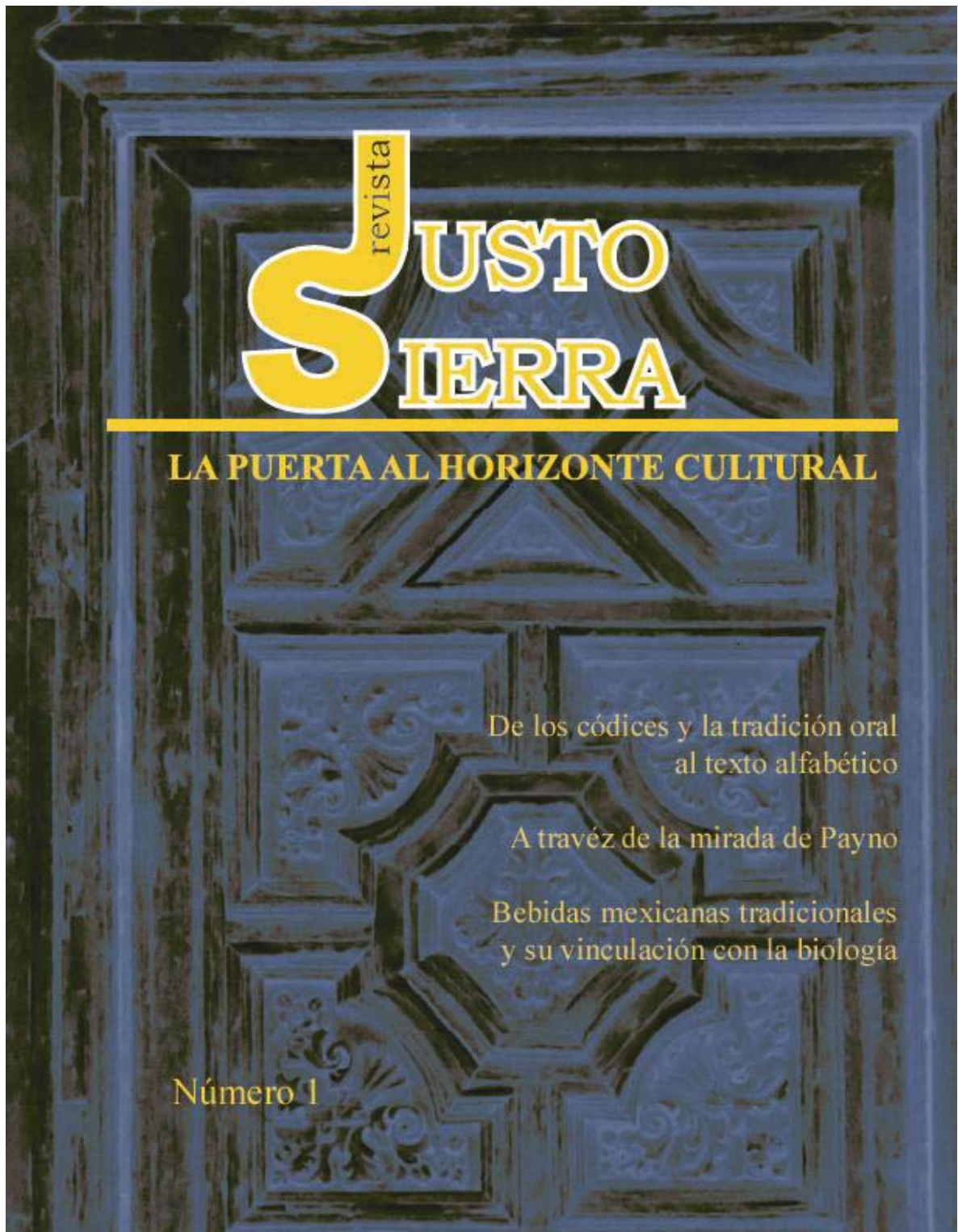


Propuesta 3

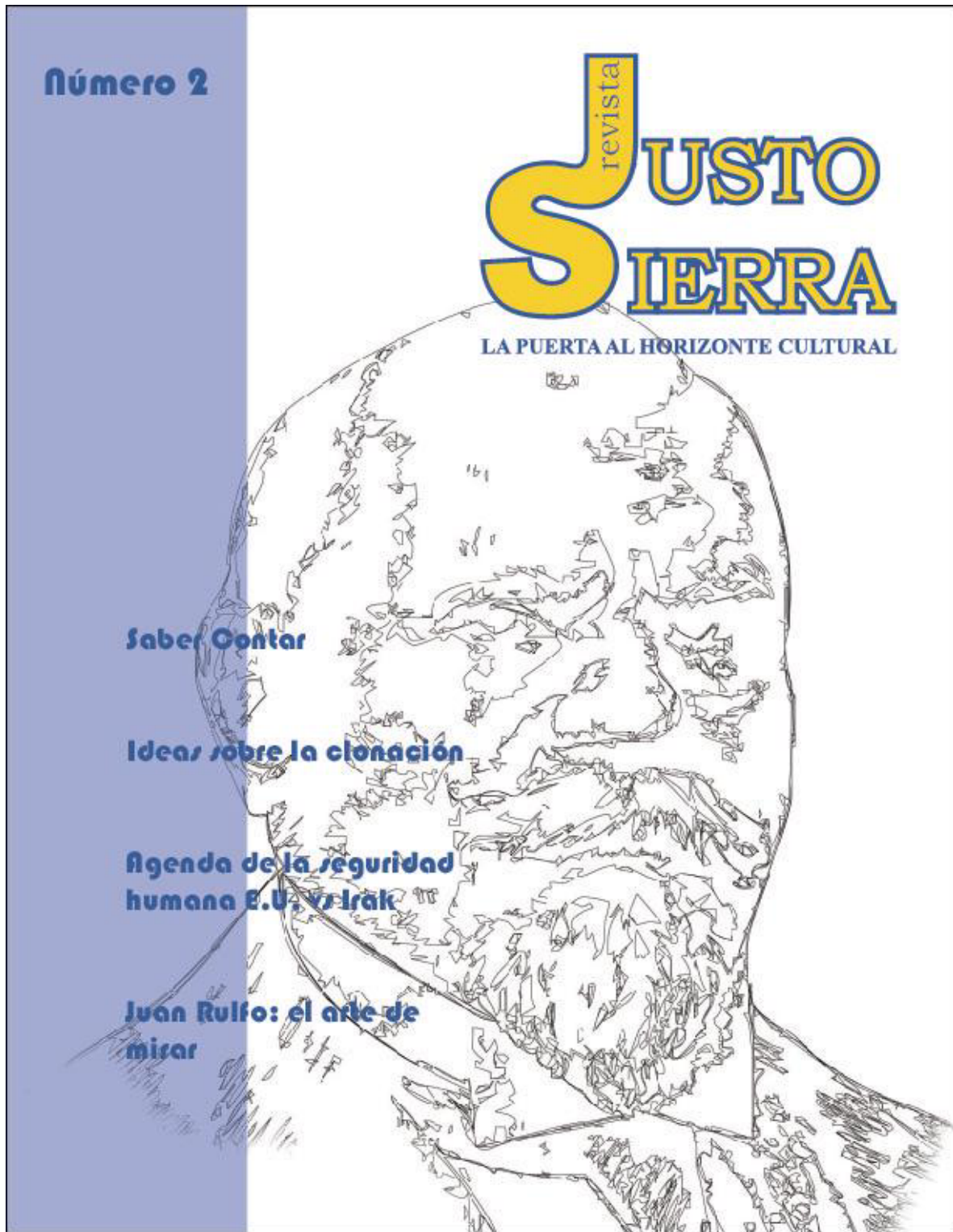


4.2.9 Solución

PORTADA 1:



PORTADA 2:



4.3 Estructuración de Portada

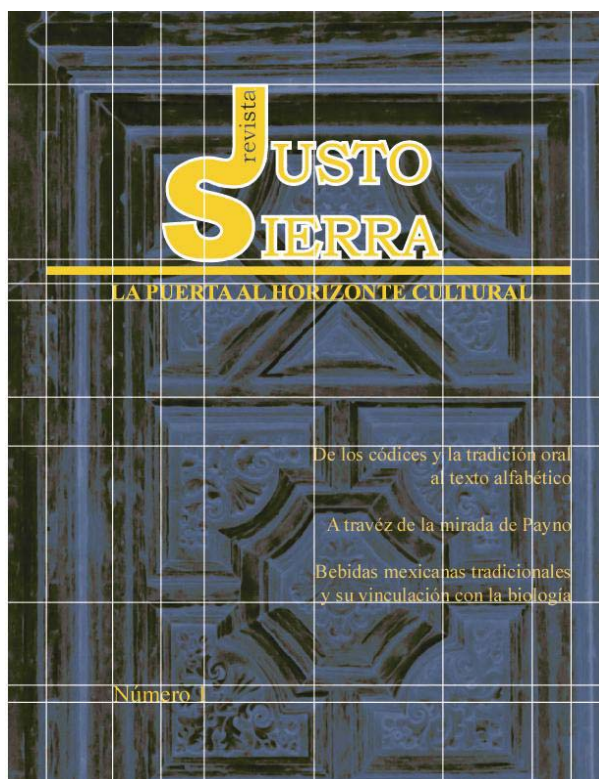
La estructuración de una portada es de gran importancia ya que la relación coherente que guardan los elementos que la componen (color, forma, tipografía, imagen), representa la identidad de la revista, además de que la integración de todos estos elementos debe poder ser percibida por el lector como un solo cuerpo con un único significado. Ya que el ser humano no ve las cosas como entidades independientes, sino como un todo dispuesto en una relación dinámica.

4.3.1 Estructura reticular

Las retículas son un elemento de estructuración importante para cualquier composición, estas le permiten al diseñador distribuir en forma coherente y ordenada los elementos gráficos para que su ubicación sea la más óptima y resulte no sólo agradable a la vista del lector sino también comprensible y por lo tanto funcional.

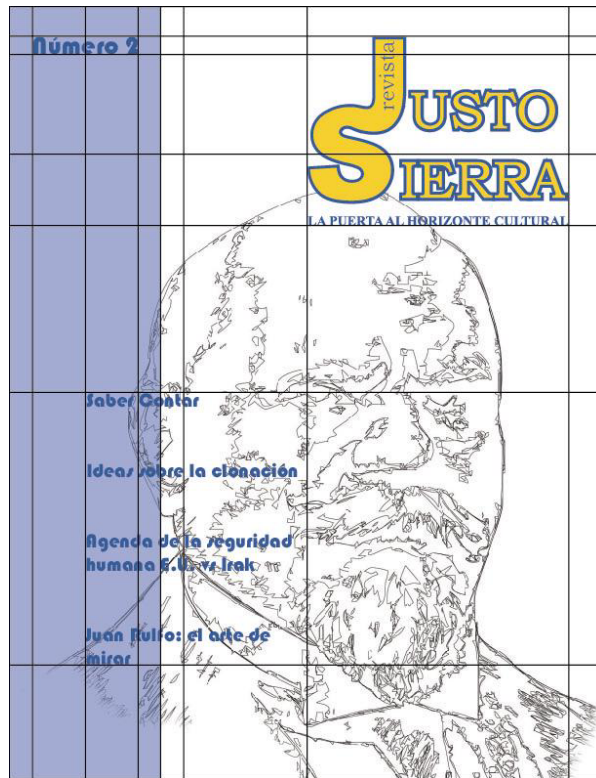
A la serie de líneas que dividen la página, les he denominado bajo el nombre de estructura reticular ya que, estos ejes constituyen la estructura compositiva dentro del formato y ayudaran a que el conjunto de todos los elementos, tengan unidad, estabilidad y cohesión¹³.

PORTADA 1

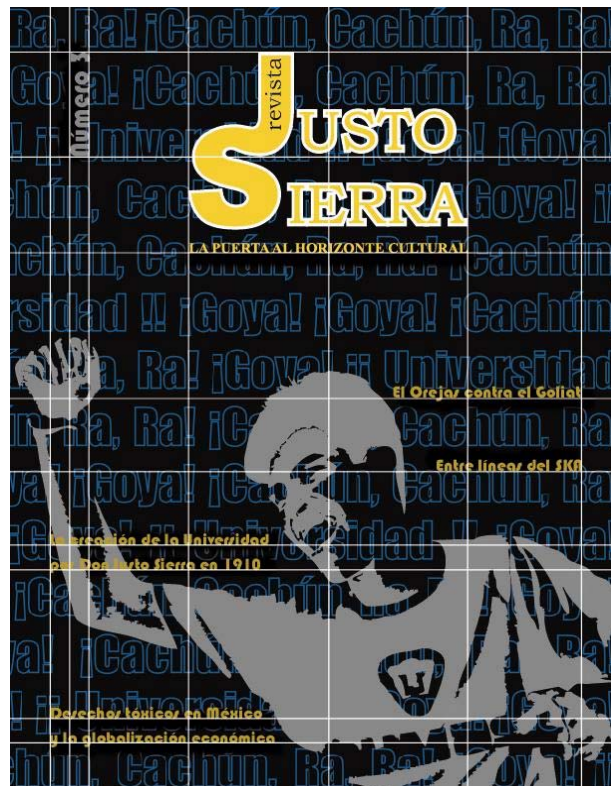


¹³ Definición corta de la palabra estructura aplicada al contexto del proyecto. “diccionario enciclopédico de las artes e industrias graficas”. Ediciones don Bosco. Barcelona. 1981.

PORTADA 2



PORTADA 3



4.3.2 Tipografía

PORTADA 1: para este primer número se decidió utilizar una tipografía Times New Roman debido a que tiene gran legibilidad y se buscaba también que connotara mucha formalidad, es por ello que el slogan también lleva el mismo tipo.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V
W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w
x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ; ¿ ? % & (= + * / - . .)

PORTADA 2: para este número se uso la fuente Bauhaus 93 ya que es una tipografía que tiene legibilidad y gran peso visual, además de ser muy armónica y orgánica, debido a sus formas redondeadas y se buscaba reforzar el aspecto humano de la institución.

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X
Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y
z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ; ¿ ? % & (= + * / - . .)**

PORTADA 3: para este tercer número se decidió conservar la fuente Bauhaus 93 usada en el numero anterior, ya que por la textura de la imagen, se requería de una tipografía pesada, además de que se deseaba mantener el aspecto humano de la institución, aunque con otro enfoque.

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X
Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y
z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ; ¿ ? % & (= + * / - . .)**

4.3.3 Colores

PORTADA 1: en general se busco que los colores utilizados, también fuesen símbolo de la institución, sobre todo en este primer numero que debía ser tan representativo, es por ello que existe un predominio del azul y el amarillo que además de ser un contraste de colores cálidos y fríos, es también parte de la identidad de la UNAM y todas sus dependencias.

C 2%
M 20%
Y 94%
K 0%



PORTADA 2: en este número se quiso mantener un poco el contraste azul y amarillo para reforzar el concepto de pertenencia a la UNAM, pero con la variante de que predominan los espacios en blanco, con la finalidad de lograr una composición que se vea limpia, pero también debido a que el color blanco nos evoca a conceptos como pureza, bondad y generalmente a aquellas características que fortifican la idea de enaltecer a un personaje.

C 2%
M 20%
Y 94%
K 0%



C 0%
M 27%
Y 79%
K 0%



C 41%
M 27%
Y 4%
K 1%



C 0%
M 0%
Y 0%
K 0%



PORTADA 3: para este número se busco experimentar con contrastes de colores oscuros, pero paralelamente se mantuvo la combinación de azul y amarillo, para crear un refuerzo en la identidad de la revista.

C 2%
M 20%
Y 94%
K 0%



C 0%
M 0%
Y 0%
K 53%



C 92%
M 27%
Y 0%
K 30%

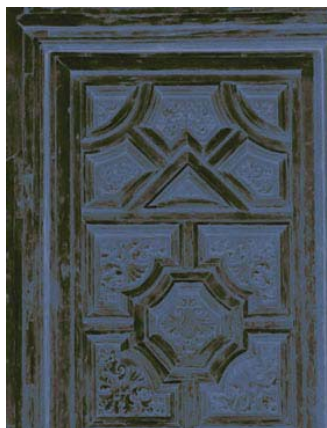


C 0%
M 0%
Y 0%
K 100%

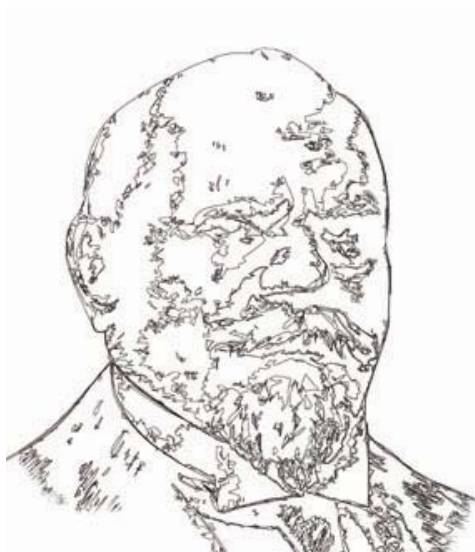


4.3.4 Imagen

PORTADA 1: para esta portada era muy importante la selección de una imagen, ya que se trataba del primer número, se eligió que fuese fotografía, debido a su realismo. El concepto a representar era la metáfora de una puerta como la apertura de la revista y todo lo que ello conllevaba, una vez planteado esto, sólo resto seleccionar una puerta lo suficientemente representativa de la institución, que finalmente se decidió que fuese la puerta del Antiguo colegio de San Ildefonso donde tuvo sus orígenes la Escuela Nacional Preparatoria. El resultado fue una fotografía de la puerta del Antiguo colegio de San Ildefonso virada en azul y trabajada en Photoshop.



PORTADA 2: de acuerdo al concepto, se busco retratar un personaje importante que pudiese representar a la institución, se opto por el maestro Justo Sierra por sus logros en educación y por ser el personaje de quien lleva nombre el Plantel 3 de la ENP. Se prefirió que esta vez fuese ilustración, ya que por ser un icono en el contexto educativo, podía ser estilizado y fácilmente reconocido este personaje. Finalmente la imagen fue estilizada en Freehand con un acabado en outline negro.



PORTADA 3: para este número se deseaba evocar el orgullo universitario y el espíritu deportivo del estudiante, para ello la imagen propiamente seleccionada fue la de un destacado estudiante, aquí se uso la ilustración, debido a que una estilización de la persona seria mas adecuada para representar a toda la comunidad universitaria y no sólo a un individuo, esta imagen fue trabajada en un programa vectorial resaltando solo las luces; para reforzar el concepto, también fue utilizada una textura en segundo plano de tipografía en outline que contenía el grito de Goya (que también es un símbolo universitario).



4.4 Especificaciones técnicas

Como sabemos, las especificaciones técnicas son muy importantes en este proceso, ya que nos permiten interactuar a nosotros como diseñadores, con los impresores que en este caso se encargaran de llevar a cabo la maquila y acabado a la revista.

Las siguientes especificaciones fueron proporcionadas por la misma imprenta, "Fundación Roberto Medellín"

4.4.1 Indicaciones para archivos electrónicos¹⁴

Para equipos PC

a) Programas

ILLUSTRATOR- archivos convertidos en curvas y en formato nativo .ai

PAGEMAKER- anexar fuentes tanto de impresora como de pantalla

FREEHAND- archivos convertidos a curvas y exportar a illustrator 8.0

COREL DRAW- la forma adecuada de mandar un archivo en este programa, es la siguiente:

Con su trabajo abierto elimine la fotografías (únicamente indique con un cuadro blanco, tamaño y posición de la fotos) enseguida desplazarse a la barra de Menú, en el menú archivo seleccione Exportar (ctrl.+ H), a continuación aparece un cuadro de dialogo que nos indica donde se va a guardar; seleccione el disco donde lo va a almacenar, en la parte inferior del cuadro aparece la opción "guardar como archivo de tipo" seleccione Adobe Illustrator (AI), hecho esto elegimos aceptar en el cuadro de dialogo.

Enseguida aparecerá otra ventana con las siguientes opciones:

Compatibilidad = AI 7
Destino = PC
Exportar todo como curvas = si
Convertir colores directos a cuatricromía = si
Simular efectos de contorno = si
Simular curvas rellenas complejas = si

El resultado será un archivo con extensión ".ai", es muy importante que el archivo no sea comprimido bajo ninguna circunstancia.

b) Fotografías

Archivos independientes del trabajo guardados como TIFF sin comprimir.

Resolución de digitalizado de 266 píxeles por pulgada al 100% del tamaño a publicar.
No utilizar formatos DCS, Scitex CT, JPEG o compresiones LZW

c) Para cualquier tipo de archivo que sea enviado es requisito indispensable anexar

¹⁴ Indicaciones proporcionadas por la imprenta "Fundación Roberto Medellín"

una prueba de impresión de la última versión del documento

Cualquier trabajo que vaya a imprimirse en 4 tintas deberá tener su prueba de color (cromaline o match print).

En archivos para impresión a color se debe tener en cuenta que los colores de cualquier impresión a color (láser, sublimación de tinta, etc) nunca se podrán comparar con el resultado de una prueba de color (cromaline o match print).

Para equipos Macintosh

a) Programas: ILLUSTRATOR, PAGEMAKER, FREEHAND

Anexar fuentes tanto de impresora como de pantalla

b) Fotografías: Archivos independientes del trabajo guardados como TIFF o EPS sin comprimir. Resolución de digitalizado de 266 píxeles por pulgada al 100% del tamaño a publicar. No utilizar formatos DCS, Scitex CT, JPEG o compresiones LZW

c) Para cualquier tipo de archivo que sea enviado es requisito indispensable anexar una prueba de impresión de la última versión del documento

Cualquier trabajo que vaya a imprimirse en 4 tintas deberá tener su prueba de color (cromaline o match print).

En archivos para impresión a color se debe tener en cuenta que los colores de cualquier impresión a color (láser, sublimación de tinta, etc) nunca se podrán comparar con el resultado de una prueba de color (cromaline o match print).

Medios de almacenamiento

a) discos flexibles de 3 1/2 “

b) Discos Zip

c) Discos compactos

d) Internet

e) Por seguridad se envían dos copias en diferentes discos, ya que estos podrían dañarse durante el proceso debido a fallas de energía eléctrica o mal funcionamiento del equipo.

Conclusiones

Este proyecto surgió de la necesidad real de consolidar un órgano informativo interno y propio para la Escuela Nacional Preparatoria #3 “Justo Sierra” con la finalidad de crear un sentimiento de pertenencia por parte de la población universitaria hacia esta publicación y así generar trascendencia para dicha institución.

Esta situación como un problema de Diseño y Comunicación Visual, enfocó su atención en la portada de dicha revista, ya que esta es la parte mas expresiva y de mayor peso visual; además de ser la más importante para cualquier publicación de este tipo, ya que se encarga de la mayor captación del publico lector.

Para este caso en especial se partió de la perspectiva de la semiología y la semiótica, dos ciencias de significación encaminadas al estudio de los signos, las cuales permitieron sentar las bases teóricas para este proyecto. Considerando así a cada portada de la revista como un megasigno capaz de establecer una comunicación coherente con el receptor y generar así un mensaje, en donde intervienen: el objeto perceptible al que denota el signo; un código o sistema de significación que relacione al significante con el significado, dándole sentido a este; y por último un medio de transmisión, este sería la revista en sí, como un soporte material para el signo.

La primera problemática que se presentó en este proyecto, fue precisamente conocer el soporte sobre el que se trabajaría, y el cual serviría de medio de transmisión para el signo. Dicho soporte material cuenta con sus propias reglas, por lo que fue necesario conocer el aspecto físico de la revista, sus características técnicas y teóricas, así como los elementos que la componen y como estos influyen como partes dentro de un todo bien estructurado.

Como soporte de diseño, una revista tiene la función primordial de comunicar y expresar su contenido, pero a su vez actúa como catalizador entre el mensaje y el lector. De su portada depende gran parte del agrado y aceptación que tenga la revista, es por esto que hay que considerar que una buena portada debe ser capaz de representar los contenidos del número en particular, pero también debe poder representar la identidad propia de la publicación, por medio de una relación coherente de sus elementos, estos son: la *cabecera*, que es el nombre de la revista y como es presentado, ya que esto será importante para su posicionamiento en la mente del receptor; la *imagen*, que debe ser la adecuada, una imagen atractiva y dinámica que tenga gran fuerza y pueda evocar algo en el lector; y finalmente la *tipografía*, que no carece de importancia, ya que esta reforzará el concepto que maneja la revista.

Estos elementos deben ser considerados de suma importancia, ya que cada uno contiene carácter semiótico, y con ayuda de una estructuración equilibrada y armónica entre ellos, deben poder expresar un significado adecuado y acertado hacia el lector.

Sin embargo, cabe señalar que no existe un problema en común para todas las revistas y son muy diversas las posibilidades así como las soluciones resultantes, es por ello que para este caso fue necesario un estudio sobre la Escuela Nacional Preparatoria #3 “Justo Sierra”, sus antecedentes históricos, su misión, su visión, su ubicación en espacio-tiempo, y los valores que buscan representar como un modelo educativo, como son: el respeto, la honestidad y la responsabilidad para educar hombres y mujeres comprometidos con la sociedad. También fue necesaria la búsqueda de signos representativos que la población universitaria adoptase como propios, basados en los valores, misión y antecedentes

históricos de la institución misma, como lo son: el lema, los escudos, la porra universitaria, etc..

Generando así un estudio multidisciplinario, en donde fueron utilizados los fundamentos de la semiótica y la semiología, combinándolos con la estructuración de portada y diseño editorial; y el conocimiento previo de la situación y antecedentes de la institución; como herramientas para generar un soporte de diseño cuya significación coadyuvara al enaltecimiento y posicionamiento de la Escuela Nacional Preparatoria #3 "Justo Sierra" como un modelo educativo y así cumplir con los objetivos de este proyecto.

Para poder continuar con el proceso de diseño y dar coherencia a toda la información previamente recopilada, fue necesario seguir una metodología coherente y práctica para poder aterrizar estos conocimientos y dar pie a la realización. Para este caso me apoye en el método proyectual, por ser una serie de operaciones ordenadas, con la finalidad de conseguir máximos resultados, además de ser modificable al aportar valores objetivos que mejoren el proceso.

Como parte de la metodología, considere una serie de factores resultantes de la investigación previa (características del soporte y antecedentes de la institución) estos fueron:

- las reglas del soporte: en las que no existe ninguna restricción salvo el formato rectangular, sin embargo, se tomaron en cuenta algunas convenciones como la ubicación de la cabecera en la parte superior de la página, la saturación de titulares y el uso de abstracciones fotográficas e ilustrativas.

- el análisis de publicaciones semejantes: factor necesario para no cometer los errores de publicaciones hermanas y repetir aciertos que pudieran tener.

- la misión y valores institucionales: estos juegan un papel importante, ya que deben de verse representados en las portadas.

- el lector al que va dirigido: este es de suma importancia, ya que captar su atención es la finalidad funcional de este proyecto, y finalmente será quien decida el éxito o fracaso de la publicación.

Tomando en cuenta estos cuatro aspectos, se generaron los lineamientos necesarios, tanto estructurales como significantes, para esta serie de portadas. Una vez teniendo estos principios básicos se procedió a la creación del concepto dentro de los parámetros delimitados.

Con la infraestructura y materiales necesarios la fase gráfica dio comienzo, esta etapa del proceso de diseño tuvo su propia problemática, como:

- la selección de imágenes, ya que estas deben ser las más adecuadas, dinámicas y con gran fuerza, capaces de expresar el concepto y los valores que se buscan representar.

- la selección de la tipografía, que no debe tomarse a la ligera, ya que de esta depende también el éxito de la revista, ya que cualquier composición puede llegar a fracasar si no se valora la importancia de la tipografía.

- la estructuración, ya que en todo soporte de diseño debe existir una disposición coherente de los elementos que la componen, para que esta pueda ser comprendida por el receptor. Para ello se aplicó la retícula, como herramienta fundamental de composición.

Una vez resuelto esto, y con un previo bocetaje de por medio, se prosiguió a generar las propuestas necesarias con una estructura ordenada y una disposición coherente, para así finalmente culminar con la selección de la solución más adecuada para cada caso.

El resultado fue una publicación cuatrimestral, cuyas portadas son capaces de evocar una serie de conceptos y valores encaminados a la educación, la cultura, y al enaltecimiento de la institución.

El agrado y aceptación por parte de la comunidad del Plantel 3 "Justo Sierra" de la ENP, demuestra que la finalidad funcional de este proyecto fue alcanzada, ya que el problema de diseño en este particular caso, fue resuelto acorde a todo un proceso bien estructurado el cual permitió generar soluciones acertadas.

Como diseñador, este proyecto satisfizo mis intereses e inquietudes ya que tuve oportunidad de colaborar en la solución de un problema real de diseño, en un soporte gráfico al que jamás me había enfrentado, es por ello que viendo los resultados obtenidos este proyecto me deja complacido, pero también me deja una gran experiencia y enseñanza, ya que el conocimiento adquirido en la práctica, complementa el conocimiento teórico.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFICAS

- Raúl Rojas Soriano. "Guía para realizar investigaciones sociales", Plaza y Valdez editores, México DF, 1995.
- M. L. Gutiérrez et al. "Contra un diseño dependiente un modelo para la autodeterminación nacional", Editorial edicol S.A., México DF, 1997
- Charles Sanders Peirce. "La ciencia de la semiótica", Ediciones nueva visión, Buenos Aires, 1974.
- Ferdinand de Saussure. "curso de lingüística general", Lozada, Buenos Aires, 1945.
- Pierre Guiraud. "La semiología", Siglo XXI, Argentina, 1974.
- Doris A. Dondis. "La sintaxis de la imagen", Ediciones Gustavo Gilli, México, 1992.
- William Owen. "Diseño de revistas", Editorial Gustavo Gilli, México, 1991.
- Jeremy Leslie. "Nuevo diseño de revistas", Editorial Gustavo Gilli, México, 2003.
- Luz del Carmen Vilchis. "Metodología del diseño fundamentos teóricos". ENAP. México. 1998.
- "Diccionario enciclopédico de las artes e industrias graficas". Ediciones Don Bosco. Barcelona. 1981.
- Emil Ruder. "Manual de diseño tipografico", Ediciones Gustavo Gilli, México, 1992.
- Josef Muller-Brockmann. "Sistemas de Reticulas", Ediciones Gustavo Gilli, México, 1992.

ALTERNAS

- <http://dgenp.unam.mx/>
- <http://www.gestiopolis.com>
- <http://www.gusgsm.com>
- <http://es.wikipedia.org>
- Boletín de bienvenida a la generación 2005-2007 de la Escuela Nacional Preparatoria plantel 3 "Justo Sierra".
- Folleto de la imprenta "Fundación Roberto Medellín"

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFICAS

- Raúl Rojas Soriano. "Guía para realizar investigaciones sociales", Plaza y Valdez editores, México DF, 1995.
- M. L. Gutiérrez et al. "Contra un diseño dependiente un modelo para la autodeterminación nacional", Editorial edicol S.A., México DF, 1997
- Charles Sanders Peirce. "La ciencia de la semiótica", Ediciones nueva visión, Buenos Aires, 1974.
- Ferdinand de Saussure. "curso de lingüística general", Lozada, Buenos Aires, 1945.
- Pierre Guiraud. "La semiología", Siglo XXI, Argentina, 1974.
- Doris A. Dondis. "La sintaxis de la imagen", Ediciones Gustavo Gilli, México, 1992.
- William Owen. "Diseño de revistas", Editorial Gustavo Gilli, México, 1991.
- Jeremy Leslie. "Nuevo diseño de revistas", Editorial Gustavo Gilli, México, 2003.
- Luz del Carmen Vilchis. "Metodología del diseño fundamentos teóricos". ENAP. México. 1998.
- "Diccionario enciclopédico de las artes e industrias graficas". Ediciones Don Bosco. Barcelona. 1981.
- Emil Ruder. "Manual de diseño tipografico", Ediciones Gustavo Gilli, México, 1992.
- Josef Muller-Brockmann. "Sistemas de Reticulas", Ediciones Gustavo Gilli, México, 1992.

ALTERNAS

- <http://dgenp.unam.mx/>
- <http://www.gestiopolis.com>
- <http://www.gusgsm.com>
- <http://es.wikipedia.org>
- Boletín de bienvenida a la generación 2005-2007 de la Escuela Nacional Preparatoria plantel 3 "Justo Sierra".
- Folleto de la imprenta "Fundación Roberto Medellín"