

ESTEREO. TIPOS DE GÉNERO

Construcción visual de **estereotipos de mujer y hombre** en portadas de revistas, a partir de los **recursos gráficos** utilizados.

Trabajo Final de Grado

GERARD MARÍA PAULA | Lic. en Diseño Gráfico | 2016 | Universidad Siglo 21



ESTEREO TIPOS DE / GÉNERO

Construcción visual de **estereotipos de mujer y hombre** en portadas de revistas, a partir de los **recursos gráficos** utilizados.

Trabajo Final de Grado

GERARD MARÍA PAULA | Lic. en Diseño Gráfico | 2016 | Universidad Siglo 21

RESUMEN

Este trabajo final de graduación consiste en una investigación que tiene por objetivo describir y explicar la construcción visual de estereotipos de mujer y hombre a partir de recursos gráficos. El estudio se concentra en reconocer los recursos gráficos utilizados en las portadas de revistas para mujeres y para hombres, y analizar su función a la hora de crear significados.

Tomando como base conceptos de Diseño Gráfico y Semiótica, esta investigación pretende establecer un vínculo entre los recursos gráficos la creación visual de estereotipos de género, para luego establecer una comparación entre la proyección sobre la mujer y el hombre que realiza cada grupo de revistas en sus portadas.

ABSTRACT

This final graduation project consists of a research whose objective are to describe and explain the visual construction of stereotypes of women and men from graphic resources. The study focuses on recognizing graphical resources used on the covers of magazines for women and men, and analyze their role in creating meanings.

On the basic concepts of Graphic Design and Semiotics, this research aims to establish a link between the graphic resources visual creation of gender stereotypes, in order to establish a comparison between the projection of the woman and the man who makes each group of magazines on their covers.



*A mi familia, novio, amigos y profesores que me
acompañaron a lo largo de este tiempo, gracias.*

ÍNDICE

1- introducción.....	9
2- Justificación.....	11
3- Objetivos.....	13
3.1- Objetivo general.....	13
3.2- Objetivos específicos.....	13
4- Marco teórico.....	15
4.1- Diseño gráfico.....	15
4.2- Mensaje visual.....	15
4.3- Elementos morfológicos de la imagen.....	16
4.4- Elementos dinámicos de la imagen.....	20
4.5- Elementos escalares de la imagen.	21
4.6 - Fotografía.....	21
4.7- Construcción semiótica.....	23
4.8 - Revista.....	25
4.9- Estereotipos.....	25
5- Marco metodológico.....	29
5.1- Tipo de investigación.....	29
5.2- Metodología.....	29
5.3- Técnica.....	29
5.4- Corpus.....	29
5.5- Recorte de corpus.....	29
6- Grilla de análisis.....	31
7- Análisis.....	33
Grupo 1: Revistas dirigidas a mujeres.....	35
7.1- Pieza nº 1: Portada de revista "Cosmopolitan" I.....	37
7.2- Pieza nº 2: Portada de revista "Cosmopolitan" II.....	41
7.3- Pieza nº 3: Portada de revista "Ohlalá" I.....	45
7.4- Pieza nº 4: Portada de revista "Ohlalá" II.....	49
7.5- Pieza nº 5: Portada de revista "Para Ti" I.....	53
7.6- Pieza nº 6: Portada de revista "Para Ti" II.....	57
Grupo 2: Revistas dirigidas a hombres.....	61
7.7- Pieza nº 7: Portada de revista "Playboy" I.....	63
7.8- Pieza nº 8: Portada de revista "Playboy" II.....	67
7.9- Pieza nº 9: Portada de revista "Hombre" I.....	71
7.10- Pieza nº 10: Portada de revista "Hombre" II.....	75
7.11- Pieza nº 11: Portada de revista "El Gráfico" I.....	79
7.12- Pieza nº 12: Portada de revista "El Gráfico" II.....	83
7.13- Construcción visual de estereotipos de mujer y hombre en portadas de revistas.....	87
8- Conclusiones.....	91
9- Referencias bibliográficas.....	93

1-

INTRODUCCIÓN

Reconociendo el copioso papel que hoy en día juegan los medios de comunicación como productores y reproductores de discursos, en este caso los cuales configuran "lo femenino" y "lo masculino", resulta interesante analizar el rol de las revistas en la construcción de ellos, a partir del diseño gráfico de sus portadas.

En este trabajo, se prevé realizar un análisis sobre una muestra ejemplificatoria, con el fin de comprender cómo mediante los recursos gráficos se puede construir semióticamente una determinada imagen a proyectar sobre los géneros femenino y masculino, su relación con los estereotipos actuales de género y cómo difiere o no en una revista cuyo público principal son las mujeres de una cuyo son los hombres.

Se aborda este tema con el fin de llegar a una comparación de las portadas de revistas y la construcción visual de estereotipos de mujer y hombre, partiendo de la premisa de que ambas apuntan a proyectar una misma imagen, incluso teniendo un diferente público objetivo.

2-

JUSTIFICACIÓN

Si miramos a nuestro alrededor, notamos que estamos rodeados de mensajes visuales. Estos medios portadores de voz y mensaje, posee una gran influencia en lo que respecta a la sociedad, por ejemplo, al crear estereotipos. La función que entonces pueden cumplir los medios de comunicación al transmitir los estereotipos de género, como sistema de creencias, es fundamental a la hora de formar una visión y comportamiento en la sociedad.

Con esta investigación se pretende continuar con el debate sobre las diferencias que existen en nuestra sociedad entre mujeres y hombres, en cuanto a los estereotipos formados y difundidos por los canales de comunicación al construir una imagen sobre los géneros a partir de recursos gráficos. La pervivencia de estos estereotipos tiene y tendrá una enorme importancia y efectos sobre la sociedad en los diferentes ámbitos de la vida.

3-

OBJETIVOS

3.1- OBJETIVO GENERAL

Analizar la construcción visual de estereotipos de mujer y hombre en portadas de revistas contemporáneas nacionales, a partir los recursos gráficos utilizados.

3.2- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reconocer los recursos gráficos utilizados en las portadas de revistas para mujeres y para hombres, y analizar su función a la hora de crear significados.
- Estudiar los conceptos semióticos presentes para establecer un vínculo entre los recursos gráficos descritos y la creación visual de estereotipos de género.
- Establecer una comparación entre la proyección sobre la mujer y el hombre que realiza cada grupo de revistas en sus portadas.

4-

MARCO TEÓRICO

El presente Trabajo Final de Graduación se sustenta en la construcción de un marco teórico que nos permite situar la investigación dentro de un conjunto de conocimientos teóricos que guían la búsqueda y el análisis haciéndolo pertinente.

A continuación, es preciso desarrollar una serie de conceptos específicos del área del diseño gráfico y de la semiótica, ciencia en la cual nos apoyaremos. Partiendo de los más generales a los más particulares, se pretende obtener una fundamentación teórica del posterior análisis.

4.1- DISEÑO GRÁFICO

Es importante comenzar enmarcando esta investigación en la perspectiva desde la cual se abordará el trabajo: el diseño gráfico.

Al plantear una definición, podría decirse que es una disciplina cuya finalidad es satisfacer necesidades de comunicación visual, cuyo fin no es la belleza en sí, sino la transmisión de un determinado mensaje gráfico a un grupo específico de personas.

El diseño gráfico es un proceso con un propósito que tiene, entre otras características, la voluntad explícita de comunicar, cuya creación no debe ser solo estética sino también funcional. Un diseño es bueno cuando *“es la mejor expresión visual de la esencia de “algo”, ya sea esto un mensaje o un producto.”* (Wucius Wog, 1979, p.9), por lo que el diseñador debe hallar la mejor forma de conformar y relacionar ese “algo” con su propio ambiente, reflejando el gusto de la época, y creando un diseño que además de estético sea funcional.

Ya que no es una disciplina que juegue con el azar, sino que cumple con un propósito intencional de comunicación, se debe plantear el proceso de diseño de una manera estratégica, tras una previa de investigación, análisis y planeación que desemboca en la realización de una pieza gráfica.

Jorge Frascara (2000) plantea que el diseño gráfico, o diseño de comunicación visual como él lo llama, se encarga de construir mensajes visuales para modificar o afectar en la gente el conocimiento, las actitudes y el comportamiento. Además, propone como requisito necesario para que se genere una comunicación, que alguien quiera transformar una realidad existente en una realidad deseada.

Para poder inferir en el público, en sus comportamientos y pensamientos, resulta fundamental su estudio para

adaptar a ellos el mensaje, ya que son quienes van a recibir y deben percibir e interpretar el mensaje del modo en que intencionalmente fue planeado según el objetivo que se persiga.

Podría decirse también que el diseño gráfico, muchas veces implícito, cumple una función muy importante en la sociedad. Presente y circulando por donde se mire, es una voz pública utilizada por los medios de comunicación, transmitiendo mensajes que muchas veces derivan a su vez en aprendizaje de los receptores, como se desarrollará después en el apartado sobre estereotipos.

4.2- MENSAJE VISUAL

A través del diseño, dentro de estos mensajes visuales que esta disciplina produce, se crean interacciones entre la imagen y el texto. Si realizamos un buen uso de estos recursos se puede lograr que entre ellos se refuercen y colaboren para potenciar la eficacia comunicativa y el nivel expresivo y significativo del mensaje.

Roland Barthes (1972), en su ensayo “Retórica de la Imagen”, hace referencia a niveles que componen a una imagen y su relación con la producción de sentidos, que sin duda, en el diseño es siempre meramente intencional.

Plantea la existencia de tres tipos de mensajes en los códigos visuales:

Mensaje lingüístico

Corresponde al lenguaje articulado escrito y puede desempeñar dos funciones en relación al mensaje icónico. Por un lado se encuentra la función de anclaje, cuando el texto determina la decodificación del mensaje. Permite cierto control al emisor frente a las potenciales múltiples significaciones que un observador puede adjudicarle, ya que como bien sabemos, todas las imágenes son polisémicas.

Por otro lado, puede desempeñar la función de relevo, cuando es el sentido generado por lo icónico el cual envuelve lo verbal, es decir, la significación recae sobre las palabras y la imagen aparece como un acompañamiento semiótico (Ferraz Martínez, 1996). Además, posee una carga informativa mucho mayor que cuando se trata de anclaje (Marro, 1999).

Mensaje icónico literal (o mensaje icónico)

La relación significante/significado que en él se establece es casi automática y natural, es decir, a la percepción literal de lo representado (Ferraz Martínez, 1996). Es un mensaje a nivel denotado, el cual revela de inmediato una serie de elementos que determinan las asociaciones que se intentan generar.

Mensaje icónico simbólico (o mensaje icónico no codificado)

En este caso la relación entre significante y significado ya no es arbitraria. Contiene todos los significados posibles de contenido, está formado por agrupaciones de determinados elementos de la figura que producen significación al activar o actualizar ciertos saberes culturales.

Hace referencia a la connotación, a las interpretaciones que el receptor (dependiendo de la cultura a la que pertenezca, la educación que haya recibido, de su edad, género, etc.) crea a partir del mensaje icónico (Ferraz Martínez, 1996).

Ayuda a interpretar la escena, es decir precisar su significación simbólica, y para su comprensión suele exigir un saber cultural.

Más adelante, en el apartado "Construcción semiótica", se desarrollarán en profundidad algunos de estos conceptos.

4.3- ELEMENTOS MORFOLÓGICOS DE LA IMAGEN

La significación inherente a toda imagen es el resultado de la interacción de los elementos que la componen, los cuales se ordenan formando estructuras, produciendo así el sentido. En esta instancia nos centraremos en los elementos esenciales que utiliza un diseñador gráfico como un recurso a la hora de conformar la significación: plano, textura, color y tipografía.

4.3.1- Plano

Como elemento icónico, tiene una naturaleza espacial. No sólo está ligado al espacio de la composición, sino que además implica otros atributos como los de superficie y bidimensionalidad, por lo que generalmente se representa asociado a otros elementos superficiales como el color o textura. (Villafañe, 2000). Tiene posición y dirección, y son las líneas que conforman los bordes las que determinan el plano

4.3.2- Textura

Es un elemento morfológico superficial, que colabora con la construcción y articulación del espacio creando superficies y planos. Tiene 2 dimensiones básicas: una perceptiva y otra plástica, aunque es posible que una textura no tenga ninguna cualidad táctil, y sólo tenga las ópticas. (Villafañe, 2000)

4.3.3- Color

Este elemento es ante todo una "propiedad" de las cosas: experiencia sensorial, una sensación óptica, ya que no existe en estado puro. Para producir se requiere 3 elementos: un emisor energético, un medio que module esa energía y un sistema receptor específico (luz, superficie y retina).

Dondis (1998) plantea una simple estructuración de los colores a modo de clasificación, en la que los colores primarios (amarillo, rojo y azul) y los secundarios (naranja, verde y violeta) se encuentran representados mediante la rueda de colores o círculo cromático, donde se exponen en orden junto con el resto de la paleta.

Figura I
Rueda de colores o círculo cromático



Diseñar implica el involucramiento del color, el cual incluye significantes diversos atribuidos por las personas, y a la vez resonancias psicológicas (Costa, 2003). Podría decirse que tiene intensa relación con las emociones, y constituye un valioso recurso a la hora de crear mensajes, ya que puede emplearse para expresar reforzar la información visual y la intencionalidad expresiva.

La percepción del color como la parte simple más emotiva del proceso visual, no sólo tiene un significado universalmente compartido a través de la experiencia, sino que tiene también un valor independiente infor-

mativo a través de los significados que le vinculan simbólicamente y particularmente cada persona, siendo la percepción bastante personal y subjetiva.

Es necesario remarcar que al generar asociaciones, es preciso tener en cuenta el contexto cultural y la época histórica en que se utilizan, generando grandes diferencias y generando la percepción particular de quien lo observa. Es por ello que haya diferencias entre las diferentes culturas, siendo un ejemplo que mientras el color rojo en occidente se lo relaciona a la pasión y al peligro, en China simboliza la buena suerte.

A la hora de producir significados, según Costa (2003)

junto con la iconicidad cromática (es decir, la correspondencia entre el color y la forma y la entidad representada), entra en juego la llamada psicología del color. Se podría decir que ésta se refiere a lo que la imagen evoca, lo que está ligado a la percepción del espectador a través de sus sentimientos y emociones, por lo cual es bastante subjetiva.

Partiendo de que el color produce significados y juega con la psicología, Costa (2003) cita a Goethe, quien estudia con profundidad la psicología del color y destaca los principales aspectos en cuanto a cada uno, por lo que se puede establecer un listado de colores y su connotación en la tabla a continuación expuesta:

Tabla I

Psicología del color según Costa (2003)

El **AMARILLO** es el color más luminoso, cálido, ardiente, estimulante y expansivo. Es el color del sol, la luz y el oro, y como tal es violento, intenso y agudo hasta la estridencia, y transmite alegría, dinamismo y arrogancia según cómo se utilice.

El **NARANJA** más aún que el rojo, posee una fuerza muy activa, radiante y expansiva, puesto que participa de las evocaciones del rojo y el amarillo, de cuya mezcla proviene. Este color tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante, y una cualidad energética muy positiva.

El **ROJO** es el color de la sangre, la pasión, el amor y el fuego. Color fundamental, ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la vitalidad y la energía: es exaltado y agresivo. Además, es símbolo de la sexualidad y el erotismo.

El **AZUL** es el símbolo de la profundidad, la frescura, pureza y tranquilidad. Inmaterial y frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de placidez que provoca es diferente de la calma o el reposo terrestres, que son propios del verde. Cuanto más se clarifica más pierde la atracción y se torna indiferente y vacío, y cuanto más se oscurece más atrae hacia el infinito.

El **VIOLETA** es el color de la temperancia, la lucidez y la reflexión. Es místico y podría representar también la introversión. Cuando el violeta deriva hacia el lila o el morado, se allana y pierde su potencial de concentración, mientras que cuando tiende hacia el púrpura se vuelve carismático y proyecta una sensación de majestad.

El **VERDE** es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación y el mundo natural, pero es el color de la calma indiferente: no transmite ni alegría, ni tristeza, ni pasión. También suscita la esperanza de una vida renovada: de aquí la asociación verde-esperanza. El verde que tiende hacia el amarillo gana una fuerza soleada y activa, pero si predomina el azul en su composición, se vuelve sobrio y más sofisticado.

El **MARRÓN** es un color masculino, severo, confortable. Evoca el otoño y comunica una impresión de gravedad y equilibrio. Es el color "realista" por excelencia, seguramente porque se asocia a la tierra que uno pisa.

El **ROSA** es el color de la timidez y la inocencia. Es suave y romántico, fantasioso y delicado, carente de vitalidad. Sugiere ternura e intimidad y tiene connotaciones femeninas.

El **BLANCO** trasmite pureza, limpieza, paz e infinitud. Su connotación es siempre positiva y expresa sencillez.

El **NEGRO** suele tener connotaciones negativas. Sugiere oscuridad, formalidad, elegancia, misterio, y al igual que el blanco, combina con cualquier otro color.

Clasificación del color

Al igual que otros elementos, el color posee también funciones comunicativas, sea aplicado en los signos icónicos o tipográficos. Como dice Joan Costa (2003), no siempre lo encontraremos relacionado con la realidad como la vemos, sino que el diseñador a veces puede utilizarlo con una intención expresiva o comunicativa. Aquí nos referimos a la iconicidad del color, pudiendo darse en una imagen como una representación fiel de los colores naturales, o pudiendo aparecer modificados o inventados.

Tras la clasificación que realiza de acuerdo a su funcionalidad y a su nivel de iconicidad, los colores pueden dividirse en tres grupos, cada uno de ellos con sus variables:

Color realista: Busca imitar el aspecto de las cosas y al entorno, de manera fiel. Aquí se presenta el grado de iconicidad más alto. Sus variantes son:

- **Naturalista:** Son percibidos como propios naturalmente de los elementos coloreados
- .
- **Exaltado:** Exageración que busca lograr impacto visual, haciendo uso del máximo nivel de saturación de los colores, dando como resultado que sean brillantes y enérgicos.
- **Expresionista:** Busca lograr mayor expresividad y dramatismo, logando así evocar sensaciones más intensas donde entra en juego lo psicológico.

Color fantasioso: Es opuesto a lo real, aludiendo a la imaginación, fantasía, sueños y ficción. Sus variantes son:

- **Imaginario:** Se mantiene cierto nivel de iconicidad, pero prevalece lo fantasioso por sobre lo real.
- **Arbitrario:** No está sujeto a aspectos de la realidad ni a sus connotaciones psicológicas, sino que el color realiza su propio discurso de manera autónoma abandonando a lo real como referencia gráfica.

Color sígnico: El más alejado de la iconicidad cromática, opera en estado puro y no como atributo natural de las cosas que nos rodean. Costa (2003) menciona: "Ahora, el color por sí mismo significa... De hecho, ahora hemos entrado en el mundo del diseño propiamente dicho" (p. 77). Las variantes que plantea son:

- **Esquemático:** Se simplifica, se abstrae concentrándose en su esencia, despojándose así

de sutilezas tonales, matices y mostrándose en su estado puro.

- **Señalético:** Comparte el anterior su carácter de signo, pero éste antes que signo es señal óptica, es decir sensación luminosa. Transmite una sensación instantánea pero también un significado, y lo que define su especificidad es su carácter de código, el cual resulta arbitrario según el contexto en que se utilice.

Emblemático: Depende del contexto en se utilice el color y la intención del comunicador, utilizándose a partir de las convenciones sociales y siendo de carácter más simbólico. En algunos casos es esquemático, señalético, psicológico o incluso de carácter más cultural.

4.3.4- Tipografía

Joan Costa (1989) afirma que la tipografía es toda palabra o conjunto de palabras que transmiten información precisa a través de la lectura. La ley es la misma para todas las formas del lenguaje: sencillez, claridad y no puede haber confusión entre las diferentes letras.

Además de hacer visible el lenguaje, puede ser tomada en sí misma como una imagen poseedora de color, forma y características determinadas que enriquecen la composición y transmite significados, es decir que todas poseen un poder simbólico.

Por todo lo mencionado es que la tipografía forma una parte importante en la construcción de la identidad. Según Solomon (2003) todo alfabeto tipográfico tiene una personalidad que está determinada por la estructura de su diseño, la cual se expresa a través de su morfología y utilización: cuerpo, peso, proporción, espaciado, medida de la composición y la ubicación en la página.

Haciendo una revisión histórica, es notable que la estructura básica de los signos tipográficos no ha variado a través del tiempo, ya que los mismos conservan sus rasgos originarios. Sin embargo, existen múltiples clasificaciones así como tipografías, pero las más importantes se basan en la realizada por Maximilien Vox y adoptada posteriormente por la A-TYP-I, Asociación Tipográfica Internacional, que establece los grupos según su evolución a lo largo del tiempo y en el tratamiento diferenciado de los elementos de los caracteres

José Luis Martín Montesinos (2005) propone una clasificación basada en la observación de las características formales y recursos gráficos utilizados para el diseño de cada familia, tras haber buscado la simplificación con respecto a algunos grupos transicionales. La finalidad de la clasificación en sí, es que este conocimiento posibilite su óptima utilización.

Clasificación tipográfica

Romanas: Grupo más numeroso en cuanto a familias que lo integran y más utilizado, sobretodo en composiciones tipográficas de edición. Posee una modulación visible de trazos que acaban en remates.

- **Antiguas:** Modulación inclinada de trazo quebrado con remates ligeramente desproporcionados.

Bembo | Sabon

- **De transición:** Modulación inclinada de trazo redondeado con remates proporcionados.

Garamond | Times New Roman

- **Modernas:** Modulación axial y de acentuado contraste entre los trazos finos y gruesos.

Bodoni | Didot

- **De lectura:** Ligero ensanchamiento del ojo medio con contrapunzones abiertos.

New Century Schoolbook | Bookman

- **Atípicas:** Cualquier romana con una interpretación muy libre de los elementos fijos y variables, prima su aspecto visual.

Belwe | Benguiat

Egipcias: A medio camino entre el tipo romano y la forma sintética, es un intento de potenciar su aspecto plástico. Poseen una modulación uniforme, un engrosamiento del trazo y visible aumento del tamaño de los remates.

- **Suaves:** Modulación visible y punto de enlace suave.

Clarendon | Linoletter

- **Duras:** Tendencia a la uniformidad del trazo, punto de enlace duro. Recomendable para edición y con gran personalidad.

Memphis | Rockwell

Incisas: Se divide en dos grupos según la manera de resolver la construcción del tipo, dada la riqueza expresiva de sus diferencias.

- **Híbridas:** Ausencia de modulación y utilización de remates, pero muy elegantes.

COPPERPLATE
GOTHIC | Serif Gothic

- **Incisas:** Trazo modulado y remates insinuados, interpreta de forma muy sutil las características propias de las romanas.

Eras | Formata

De palo seco: Ausencia de modulación y remates, es un tipo desnudo, funcional y aséptico.

- **Grotescas:** Trazo homogéneo y ausencia de remates, caracteres estrechos.

Bell Gothic | News Gothic

- **Humanistas:** Persistente modulación del trazo y ausencia de remates, son las más clásicas y tradicionalistas.

Gill Sans | Antique Oliver

- **Neogrotescas:** Ausencia de modulación y de remates y estructura humanística del carácter.

Helvetica | Univers

- **Geométricas:** Ausencia de modulación y de remates, estructura geométrica del carácter.

Futura | Avant
Garde

De escritura: Imitación del trazado manual, pueden tener los caracteres enlazados o sueltos.

- **Caligráficas:** Imitan los estilos surgidos de este tipo de técnicas de escritura.

Janda Cheerful Script | Edwardian Script ITC

- **Manuales:** De trazado libre.

Beautiful Every Time | SCHOOLS and rules are FOOLS FOR FOOLS

De fantasía: Reinterpretación fuera de toda norma de los elementos fijos e incorporación de elementos variables de diversa naturaleza.

- **De diseño:** Realizadas a partir de cualquier pretexto gráfico.

Jarnold | GLASS

- **Ornamentales:** Por repetición de elementos adicionales de tipo decorativo.

LoveNessThree | PwHAPPY Nowygar

4.4- ELEMENTOS DINÁMICOS DE LA IMAGEN

Justo Villafañe (2000) plantea que al analizar una imagen, deben estudiarse también aquellos elementos por los que la imagen adquiere una naturaleza dinámica, los cuales son tres:

4.4.1- Movimiento

Es la expresión de narratividad temporal de una serie de imágenes con pequeñas diferencias que modifican las condiciones del entorno en el que se encuentran, produciendo así un dinamismo en la composición. Hay dos formas de temporalidad icónica que originan dos tipos de imágenes diferentes: las secuenciales (estructura temporal de secuencia) y las aisladas (orden temporal basado en la simultaneidad).

4.4.2- Tensión

Es la variable dinámica de las imágenes fijas, una "imitación" de los efectos del movimiento real, y cumple la misma función en este tipo de imágenes que el movimiento en las imágenes móviles. Los elementos que activadores de la tensión son:

- **Proporciones:** Las proporciones que se perciban como una deformación de un esquema más simple, van a producir tensiones dirigidas al restablecimiento del esquema original en las partes donde mayor sea la deformación.
- **Forma:** Siendo las formas irregulares las más dinámicas, la tensión se va a producir en las parte con menos consistencia de los objetos o imágenes.
- **Orientación:** La más dinámica de las orientaciones es la oblicuidad, aumentando cuando la orientación oblicua no sea la común del objeto representado.

Otros hechos plásticos que pueden aparecer generando tensión en una imagen son el contraste cromático, la profundidad hallada en la bidimensionalidad y las sinestias acústicas y táctiles.

4.4.3- Ritmo

Sólo se puede percibir de manera intelectual y en la medida y nace de la propia percepción de la estructura y de su repetición, ligado íntimamente a la experiencia del observador. Existen dos componentes del ritmo: la periodicidad, que implica la repetición de elementos o grupo de elementos idénticos, y la estructuración, la cual es muy variable e incluye lo que denomina ritmo libre. El color es uno de los elementos más indicados para cumplir esta función.

4.5- ELEMENTOS ESCALARES DE LA IMAGEN

Son el marco que posibilita el surgimiento de la significación, ya que es la estructura la que armoniza el resultado visual de la imagen. Los elementos escalares son:

4.5.1- Dimensión

Su relación con el proceso perceptivo se manifiesta fundamentalmente a través de la constancia del tamaño. Puede ser utilizada para sugerir profundidad al variar el gradiente de tamaños dentro de la composición, jerarquizar en imágenes cuyo espacio plástico es plano, afectar el peso visual junto con la estructura y el color e impactar visualmente.

4.5.2- Formato

Viene definido por la proporción que existe entre sus lados, es decir por el "ratio", y es el primer elemento condicionante del resultado visual de la composición. Existen dos formatos genéricos: ratio corto, que son fundamentalmente descriptivos, y ratio largo, el cual se asocia a la narración, secuencialidad, creando así direcciones, ritmos.

4.5.3- Escala

Posibilita la modificación de un objeto sin que se afecte sus rasgos estructuras ni otra propiedad del mismo, excepto su tamaño.

4.5.4-Proporción

Relación cuantitativa entre un objeto y sus partes constitutivas y entre las partes de dicho objeto entre sí. Es modelo de proporción que más se utiliza es la proporción aurea, o también llamada "divina proporción", siendo la forma más estética y sencilla de relación de un cuerpo con sus componentes.

4.6 - FOTOGRAFÍA

A partir de lo que establecen Guasco (2007), Weston (2009) y Rojas, M. y Benítez L. (2010) con respecto a la fotografía, a continuación se enuncian algunas características y criterios a tener en cuenta sobre las mismas que juegan un rol fundamental a la hora de significar.

4.6.1- Composición:

En fotografía, en este caso haciendo referencia a la imagen fija (de no ser así podría aludir al cine), la composición es la forma en la que se ordenan los objetos vistos dentro del encuadre, dentro de lo que efectivamente queda en cuadro.

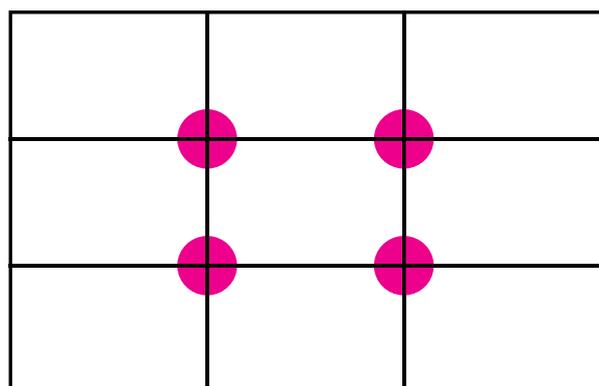
Una correcta composición permitirá centrar la atención del lector en lo que queremos mostrar, ya que además de realizar una documentación, se pretende que tenga determinado contenido.

4.6.2- Luz

Cada tipo de luz tiene un modo diferente de mostrar la realidad. Partiendo de que fotografiar es dibujar con luz, se podría establecer que el control de la luz y el color por parte del fotógrafo es una herramienta poderosa a la hora de transmitir sensaciones que van más allá de la percepción visual y para dirigir la atención. La luz directa produce sombras mas oscuras y acentuadas, es ideal para resaltar texturas, no así para retratos, mientras que la luz de frente achata figuras y disminuye imperfecciones y la luz suave brinda tonos más apagados y menos contraste. Además, determina la percepción de la forma y el volumen de los objetos.

4.6.3- Encuadre

En las culturas occidentales, a partir de los sistemas de escritura, las personas acostumbramos a mirar de arriba a abajo y de izquierda a derecha. Además, ya que la mirada no se mueve normalmente de forma uniforme sino que se suele detener en ciertos puntos equiespaciados al mismo tiempo que avanza en el recorrido que esté siguiendo, es que surge la "Regla de los tercios", la cual establece que el interés del espectador se concentra en determinados puntos en los que interseccionan las líneas al dividir una imagen en partes igual, con dos trazos horizontales y dos verticales:



4.6.4- Plano fotográfico

De acuerdo a lo que entra en escena a la hora de realizar una fotografía y su capacidad de significar, podríamos hablar de diferentes planos cinematográficos, los cuales son aplicables también a la fotografía. A continuación, una breve descripción de cada uno:

- **Plano general:** presenta el cuerpo entero de los personajes y muestra también el entorno que los rodea. Se suele utilizar para situar una acción.
- **Plano entero:** Los límites superiores e inferiores del encuadre coinciden con la cabeza y pies del sujeto fotografiado.
- **Plano americano:** Recorta la figura por la rodilla, para mostrar la acción de sus manos.
- **Plano medio:** Recorta el cuerpo a la altura de la cintura, y se correspondería a la distancia de relación personal, adecuada para mostrar la realidad entre dos sujetos.
- **Plano medio corto:** Capta desde la cabeza hasta la mitad del pecho, y permite aislar la figura y descontextualizar de su entorno para centrar en ella la máxima atención.
- **Primer plano:** Este plano recoge de la figura humana el rostro y hombros. Ya que se considera distancia íntima, muestra confidencialidad e intimidad respecto al personaje.
- **Primerísimo primer plano:** Capta el rostro desde la base del mentón hasta la punta de la cabeza, lo que dota a la imagen de gran significado y pone énfasis en la expresión del rostro.
- **Plano detalle:** Sirve para poner énfasis sobre algún elemento, y destaca algún detalle que de otra forma pasaría inadvertido.



4.7- CONSTRUCCIÓN SEMIÓTICA

4.7.1- Semiótica

Todo objeto que tiene una existencia material, tiene una existencia semiótica; es decir que las cosas significan, se asocian a ideas, evocan. En cuanto al diseñador, él es el encargado de articular los elementos de manera que se comunique a partir de esa significación construida, por lo que esta ciencia nos permitirá comprender la generación de sentido mediante la construcción semiótica del material a investigar.

La semiótica es la encargada de estudiar las conexiones que existen entre los procesos significativos que se desarrollan con la cotidianeidad, y sirve para entender el universo de signos, estudia los procesos de significación, cómo se crean y transmiten los significados, y permite "leer" los signos no verbales.

Juan A. Magariños de Morentín (1991) en su libro "El mensaje publicitario" adopta la siguiente definición: "...es una ciencia (en formación) que estudia los signos, los lenguajes y las características según las cuales, mediante su integración en un mensaje, se produce determinada significación, condicionada por las peculiaridades decodificadoras del receptor." (p. 29).

Dado que la construcción del sentido no es un fenómeno aislado, el mismo Umberto Eco (1967) plantea que la investigación semiótica estudia un fenómeno social, la comunicación, y un sistema de convenciones culturales, los códigos, e intenta comprobar la posibilidad de estudiarlos en los fenómenos de la comunicación. En este proceso encontramos un transmisor de una "mensaje" a un destinatario, en el cuál intervienen otros elementos los cuáles se observan claramente en el modelo de comunicación desarrollado por Harold Lasswell, citado en el libro "La imagen de empresa" de Paul Capriotti (1992). Plantea que además del emisor y el receptor, intervienen en la comunicación el mensaje (qué se comunica), el canal (medio de difusión) y los efectos del mensaje.

Como mencionamos, la semiótica interviene en los actos de comunicación, y Umberto Eco (2000) añade que la significación es un proceso que subyace en toda comunicación, queriendo decir con esto que la significación se produce siempre que una cosa materialmente presente ante la percepción de una persona represente a otra cosa a partir de ciertas reglas. Esta "cosa" sería lo que llamamos signo.

Ya que cada elemento dentro de esta cadena cumple un rol fundamental dentro de ella, y al tener una posición determinada en relación con los otros componentes, el diseñador no debe privilegiar uno por sobre otro.

4.7.2- Signo

Los signos son la unidad mínima de sentido, los cuales se articulan y forman enunciados que suponen legibilidad y la transmisión de un mensaje de forma conjunta reforzando la producción de sentido. El término signo es utilizado para denominar a todo elemento considerado posible de poseer o atribuir significación, siendo ellos palabras, imágenes, colores, sonidos.

Tomando la definición que Eco (2000) plantea basándose en la investigación de Pierce, el fundador de la semiótica, un signo es algo que está en lugar de alguna otra cosa, relación (representar) que se da gracias a la mediación de un interpretante. Tenemos una "significación transmitida por una significación precedente.

Victorino Zecchetto (1999) describe que el signo es una diada, un compuesto de dos elementos íntimamente conexos entre sí, como las dos caras de una misma moneda: la representación sensorial de algo, que se denomina significante, y su concepto que es el significado; mientras que Charles Kay Ogden e Ivor Armstrong Richards, en su obra conjunta "El significado del significado" (1964) hacen mención de un tercer elemento que compone signo: el referente.

Por otro lado, C. K. Ogden e I. A. Richards (1964) son quienes expusieron la "Teoría del Triángulo Semiótico, método mediante el cual se pueden distribuir gráficamente los componentes de un signo en los vértices de un triángulo equilátero:

Figura II
Triángulo Semiótico según C. K. Ogden e I. A. Richards (1964)



- **Significante:** Es el símbolo o nombre, la forma sensible y meramente percibida del signo lingüístico, es decir el sonido de las palabras, el dibujo, una imagen, es el aspecto físico o concreto.
- **Significado:** Es la noción, la idea, la parte conceptual del signo. Es el concepto ideal y abstracto asociado a dicho significante, que puede serlo de forma natural,

de forma convencional o por relaciones semejanza, según sea indicador (indicio), simbólico (símbolo) o icónico (icono).

- **Referente:** Es la parte de la naturaleza a la que el signo hace referencia, el objeto real del mundo al que se asocian tanto significante como significado.

Siendo que a cada significante le corresponde unos determinados significados, se dice que los signos son polisémico, es decir que poseen múltiples significados de acuerdo al contexto en el que se esté. Es por tal motivo que el triángulo puede plantearse como una estructura flexible que se transformaría en otro polígono en tal caso, o incluso puede estructurarse como un solo segmento cuando pierda alguno de sus elementos (por ejemplo, el significado en el caso de algunos nombres propios o los pronombres, que no tienen significado fijo).

Convención cultural

Para la interpretación de estos signos, es necesaria una previa convención entre los miembros de una cultura determinada sobre la relación entre los planos de la expresión y el contenido. Socialmente se construyen sistemas de significación, los cuales hacen referencia a conjuntos de signos que junto a sus códigos (reglas de funcionamiento), son los que permiten las relaciones de comunicación entre personas con los objetos. Entonces todo intento de establecer el referente de un signo, nos lleva a relacionarlo con una convención cultural.

Según Schneider (1968) en todas las culturas una unidad cultural simplemente es algo que la misma ha definido con el paso del tiempo como unidad distinta de otra y como propia, y puede adoptar diversas formas, como una persona, una localidad geográfica, una cosa, un sentimiento, una esperanza, una idea, entre otras.

Ya que la realidad no tiene sentido en sí misma, sino recién a partir de las significaciones que se le otorgan (Orozco Gómez, 1994), es que Umberto Eco (2000) añade que entra en juego al momento dar significación el interpretante, quien juega un rol fundamental al atribuirle un significado al signo, por que el "significado" se va construyendo mediante un enriquecimiento simbólico progresivo a partir de una red de valores que forman la estructura de una sociedad determinada. Es el receptor quien debe ser capaz de actuar como operador para poder traducir y decodificar los mensajes (se encuentra incompleta en su manifestación lingüística).

Es por ello que el diseñador es quien, al elaborar una pieza gráfica, debe aplicar una estrategia de previsión sobre su destinatario. Debe definirse una serie de competencias capaces de dar contenido a las expresiones que utiliza, ya que el autor debe suponer que ese conjunto de competencias debe ser el mismo al que se refiere su lector.

siones que utiliza, ya que el autor debe suponer que ese conjunto de competencias debe ser el mismo al que se refiere su lector.

Clasificación de los signos

El aporte de Guillermo González Ruiz (1994) consiste en que todos los mensajes visuales son verboicónicos. Por consiguiente, la información en su conjunto está sostenida por dos estructuras diferentes (una lingüística y otra icónica) que son concurrentes. Con esto quiere decir que tienen dos tipos de componentes:

- **Signos verbales:** La sustancia del mensaje está constituida por palabras en forma de textos o leyendas, expresados mediante signos tipográficos.
- **Signos icónicos:** La sustancia del mensaje está constituida por imágenes, expresadas mediante líneas, planos, colores, fotografías.

Partiendo de la relación entre un signo y su referente, es decir aquella cosa a la que hace referencia o designa, puede realizarse una segunda clasificación del signo en la tabla que figura a continuación (Thomas Sebeok, 1996), aplicada en este caso a los signos icónicos:

Tabla II
Clasificación del signo según Thomas Sebeok (1996)

Categoría	Relación Significado-Significante	Definición	Ejemplo
Ícono	Semejanza	Un signo es icónico cuando hay una similitud topológica entre su significado y su denotado (referente). Es decir, posee alguna semejanza o analogía con su referente.	Retratos, fotografías, esculturas, pictogramas.
Índice	Natural	Un signo es indexical cuando su significante es contiguo a su significado, o es una muestra de él. Es decir, se da una relación directa entre el signo y su referente o lo que produce el signo.	Huellas como indicio del un animal o de un ser viviente, el suelo mojado como indicio de que llovió.

Símbolo	Convencional	Un signo es símbolo cuando no hay semejanza ni contigüidad, en el cual se da un vínculo convencional entre su significado y su de notado (referente), cuya relación con el referente es arbitraria.	La Torre Eiffel es el símbolo de París, un emblema, escudo, las palabras.
---------	--------------	---	---

Dimensiones del signo

Oswaldo Dallera (1990) nos plantea tres tipos de relaciones que pueden establecerse con los signos, y entre ellos: la sintáctica, semántica y pragmática.

- **Dimensión sintáctica (hacer ver):** Estudia el signo según la forma percibida. Los signos interesan por lo que son, es decir, cómo están formados o cómo se pueden formar nuevos signos a partir de los que ya existen, independientemente de lo que significan o designan. Estudia la relación que los signos tienen entre sí.
- **Dimensión semántica (hacer saber):** Estudia la relación que surge entre el signo y lo que designa (su contenido), es decir, el modo en que el significado se encuentra conectado con el significador.
- **Dimensión pragmática (hacer leer):** Se centra en la relación de los signos y quienes los usan. Nos indica cómo un signo debe ser interpretado a partir de las condiciones que lo rodean, teniendo en cuenta las circunstancias y características que condicionan a quienes los usan, condiciones sociológicas, políticas, psicológicas y biológicas.

4.7.3- Denotación y connotación

Como se mencionaba anteriormente, un signo está compuesto por elementos, unos de los cuales es el referente. Según Daniel Chandler (1999) la relación entre éste elemento y el signo se describe con los conceptos denotación y connotación. La denotación se explica como el significado literal de un signo reconocido universalmente, es la relación por medio de la cual cada concepto o significado se refiere a un objeto, un hecho, o una idea, mientras que la connotación se refiere a las asociaciones socio-culturales y personales que realizamos como espectadores, la carga de valores que se añaden al propio significado, siendo un proceso conceptual de múltiples asociaciones de sentidos.

Se puede decir que ambas comparten la utilización de códigos, pero la diferencia entre estos conceptos yace en el consenso más amplio que requiere la connotación para interpretar del mismo modo un mensaje. Aquí el papel del receptor en el mensaje es activo, ya que para decodificar el mensaje debe recurrir a procesos intelectuales vinculados a su competencia.

Los signos connotativos tienen la capacidad de ser más polisémicos, y por lo tanto están más abiertos a la interpretación, sin embargo ésta no se limita a la subjetividad individual, sino que tienen prioridad aquellas respuestas intersubjetivas, que están compartidas en alguna medida por los miembros de una misma cultura. Aquí se rescata la dependencia de un código a partir del cual es posible interpretar un sistema de signos para quienes hacen uso de éste, producto del amplio consenso de un grupo cultural.

Ya que es el receptor la persona a la que va destinado un signo, si esta persona desconoce el símbolo que el transmisor está emitiendo, no podrá comprender el mensaje del mismo.

4.8- REVISTA

Según plantea Ortega (1997), el vocablo revista, el cual ha sido definido exhaustivamente, se puede resumir en que son publicaciones seriadas, cuya aparición responde a intervalos de tiempo regulares y cuya fecha y numeración son correlativas. Además se caracterizan porque no responden a la estricta novedad, ofreciendo información más contextual y atrayendo a un público segmentado mediante elemento como la calidad del papel, los gráficos o los contenidos especializados.

Más delimitada conceptualmente y apropiada para el desarrollo de el posterior análisis, es la propuesta de Hinojosa (2005), quien plantea una diferencia entre revista femenina y revista dirigida a mujeres. Las primeras serían aquellas de temática femenina (dedicadas al espacio reproductivo y la mística femenina) mientras que las segundas serían la que establecen a las mujeres como público objetivo y cuyos intereses pueden ser diferentes, como sería el caso de las publicaciones feministas. Su propuesta es aplicable también al rubro masculino, por lo que en el posterior análisis haremos referencia a "revistas para mujeres" y "revistas para hombres".

4.9- ESTEREOTIPOS

Entendemos por estereotipo, según propone Mackie (1973), aquellas creencias populares sobre los atributos

que caracterizan a un grupo social. Son un conjunto de ideas socialmente compartidas respecto a un determinado grupo social. Existiendo diversas categorías, en este caso se abordarán los estereotipos de género, femeninos y masculinos, el cual nos va a permitir comprender si la imagen creada sobre hombre y mujer en el material de estudio se corresponde con un estereotipo o no, el por qué, y proceder a una comparación entre las revistas para mujeres y las revistas para hombres sobre tales observaciones.

Los diseñadores gráficos juegan un papel importante en la formación de estereotipos, ya que al representar gráficamente una persona u objeto con determinadas características, ponen a todos los de ese tipo "en la misma bolsa", dejando de lado otras posibilidades. Además, muchas veces esas representaciones gráficas se repiten a lo largo de varias piezas literarias, de una u otra forma, y a través de los procesos de atención, percepción y memoria selectiva es que se refuerzan los estereotipos ya incorporados.

4.9.1- Estereotipos de género

Ciertamente, el cuerpo es el primer lugar de inscripción de la cultura, de los mecanismos socializadores y desde donde es atribuido el género. Sin embargo, la sociedad es la encargada de proponer repertorios distintos de conducta, atributos y expectativas en función al sexo, elaborados social y culturalmente.

Basándose en atributos corporales, la construcción social y cultural del género tiene su estructuración a partir de los mecanismos sociales y culturales que se presentan reglamentando las acciones y pensamientos de los actores sociales, modelando y atribuyendo a cada género determinadas funciones sociales y posiciones, que terminan fijando lo que es "propio" del hombre y lo que es "propio" de la mujer.

Tales mecanismos de normatización/reglamentación son los que atribuyen determinados "papeles sociales" a cada uno de los géneros, que traen consigo expectativas de comportamientos y conductas para ellos. Dichas expectativas son la esencia de la producción y reproducción de estereotipos, es decir, los estándares de "imágenes sociales" ligados al género.

Podríamos decir entonces que los estereotipos, más precisamente en este caso los estereotipos de género, son como los define González Gabaldón(1999) "creencias consensuadas sobre las diferentes características de los hombres y mujeres en nuestra sociedad" (p. 84).

En otras palabras, se refieren entonces a conjuntos de comportamientos, denominados roles femeninos y masculinos, que se transmiten mediante las creencias sobre lo que deben hacer y ser las mujeres y los hombres.

De este modo, las disposiciones sociales y culturales de género normatizadas/reglamentadas de diferente manera dentro de cada contexto y clase social, plantean distintas expectativas sociales diferentes para cada uno de los sexos. Por otra parte, muchas veces la no adecuación a esta estructura está sujeta a represalias por parte de la sociedad, a través de la no inserción, aprobación o no pertenencia a un medio social, e incluso a la violencia física, éste último un gran problema en la sociedad actual. Hoy en día, el género sigue siendo un motivo de discriminación y desigualdad. Mientras que la diferencia anatómica entre mujeres y hombres no es causal por sí sola de diferentes actitudes y conductas, es la valoración misma del género femenino como inferior al masculino lo que en muchos casos introduce asimetría entre las obligaciones y los derechos de los mismos.

4.9.2- Estereotipos femeninos

Al género femenino se le puede atribuir una serie de conceptos que socialmente lo caracterizan (Sordo, 2012): Las características que se relacionan con lo femenino se refieren a la dependencia, sensibilidad, afectividad, emocionales, frágiles, relacionadas a la reproducción, doméstico, cuidado de los/as demás, ente otros, lo que reafirma el deseo de agradar y de que primen los aspectos afectivos a los intelectuales. Son rasgos que configuran una identidad de "ser para otras personas".

Sin embargo puede observar que la mujer desde la segunda mitad del siglo XX ocupa cada vez más espacios que anteriormente eran denominados como masculinos, el mercado de trabajo, el acceso a la educación, el de sostén de familia, la vida social, el de mayor libertad en lo referente a su propio cuerpo, e incluso un mayor reconocimiento en lo formal del derecho a ser iguales.

A su vez, Díaz Soloagay P. y Muñoz Muriel C. (2007), tras un análisis factorial, llegaron al establecimiento de cinco estereotipos femeninos:

- **Mujer tradicional**, que refleja los valores "amor", "maternidad" y "familia".
- **Mujer trasgresora** compuesto por los ítems que hacían referencia a una mujer relacionada con "triunfo", "libertad", "conquista", "fidelidad" y "trasgresión".
- **Mujer frágil o sometida** compuesto por los ítems de "tristeza", "debilidad", "languidez" y "sometimiento".
- **Mujer hedonista-sensual** representada por la "atracción sexual", la "seducción", y el "placer".
- **Mujer funcional-moderna** relacionado con imágenes de "modernidad", "gozo" y "comodidad".

Modelo de belleza femenino

Según plantea Pérez Parejo (2006), si nos remontamos siglos atrás la belleza era entendida como un resultado de cálculos matemáticos, medidas proporciones y cuidado por la simetría, basada en el binomio de que lo bello es igual a lo bueno.

Para Fanjul (2008, p.119), la belleza (física) aplicada al ser humano es el *“conjunto de características que hacen que el aspecto físico de una persona resulte muy atractivo. Algunos autores califican la belleza como el resultado del proceso mental que resulta de comparar a cada persona que vemos con un ideal inexistente que representa su paradigma estético, por tanto, cuando más se aproxime a él, más bello será. Sin embargo, el ideal de belleza cambia según culturas y épocas”*.

Con respecto a ello, hoy en día el canon femenino tiene, según Pérez Parejo (2006), una fórmula clave: el culto a la imagen. La misma consta de una figura esbelta, altura superior a la media, apariencia deportiva sin incurrir en lo excesivamente musculoso ni atlético, piel tersa y bronceada, grandes ojos, pequeña nariz, grande boca de labios carnosos, medidas publicitarias (90 – 60 – 90), senos firmes, simétricos y sólidos, vientre plano, pelo largo, piernas largas y torneadas, natural, y, sobre todo, tener apariencia menor a treinta años. En cuanto a un ideal estético, se impone la eterna juventud, patrón del siglo XXI sobre el cuál rige el mercado.

En lo que respecta a moda, como uno de los ejes principales en ese mercado, la misma ha ido ocupando un cada vez mayor protagonismo social, económico y en los medios, teniendo hoy en día gran influencia sobre el sistema cultural. Según Eguizábal (2008, p. 9), *“no tiene nada que ver con la elegancia, y sí con el precio y el tiempo. La moda no tiene sólo que ver con la vestimenta, ni siquiera sólo con la imagen o apariencia. La moda es la manera en que los procesos devienen obsoletos sin que haya ninguna razón funcional para él”*.

Las revistas, como medio de comunicación juegan un papel importante en la difusión de las tendencias, en cuanto a moda, modelos de mujer, estilos de vida “adecuados” y dan el visto bueno a los férreos patrones de belleza dominantes. Según Pérez y Garrido (2006), no serían un producto mediático de influencia menor.

Además, mientras que la función de la publicidad por lo general es vender, plantea Torres (2006) que la segunda y no menos importante es crear estructuras de significado, de forma que los anuncios resulten factores influyentes en el moldeado y el reflejo de la vida actual. Según Gallego (1990: 197-198), *“cualquier publicación propone modelos de mujeres con los cuales aquéllas debieran identificarse. La revista femenina presenta un modelo de mujer adorno útil -la belleza y juventud por encima de todo-, aderezado claro está con gotas de inteligencia, audacia y seducción”*.

4.9.3- Estereotipos masculinos

Con respecto al género masculino, se le puede atribuir una serie de conceptos que socialmente lo caracterizan (Sordo, 2012):

- En lo que concierne a su felicidad y logros, el hombre tiende a internalizarlos, es decir, la causa de infelicidad masculina se debe a la presencia de obstáculos que encuentra para llegar a su objetivo.
- Al referirnos a su sexualidad, los hombres tienen visualización de su genitalidad y por lo mismo mayor capacidad visual. Esta podría ser una explicación del por qué la pornografía es mayoritariamente masculina y es porque las imágenes atraen principalmente a los hombres.

Algunas de las características que se atribuyen al modelo masculino estereotipado son:

- Fortaleza
- Independencia
- Emprendedurismo
- Racionalizada
- Sostén económico
- Individualismo
- Valor social
- Competencia
- Tecnológico
- El “yo” como protagonistas de sus vidas

4.9.4- Relación entre géneros

Según Manuel Garrido Lora (2007), existe una posible tipología de las relaciones de género que tiene en cuenta, en primer lugar, si existe o no dominación de género, y, en segundo lugar, si la representación es explícita o implícita. Así, surgen cuatro tipos posibles de relación: paritaria explícita, paritaria implícita, dominante explícita y dominante implícita.

- **Relación paritaria explícita:** En este tipo de relación, hombre y mujer se representan de forma expresamente igualitaria en el anuncio. Tanto las imágenes como las palabras ofrecen una visión paritaria en la que ambos géneros comparten las tareas del hogar, las responsabilidades con sus hijos o las decisiones importantes. Por tanto, no hay sumisión ni imposición. Hay acuerdo explícito entre las partes. Esto sucede en numerosas campañas institucionales que precisamente pretenden educar a la ciudadanía en la igualdad y el respeto entre géneros, pero también podemos encontrar algunos comerciales en los que también se articula el mensaje de esta manera.

- **Relación paritaria implícita:** En este caso, la igualdad entre hombre y mujer no se manifiesta de forma explícita, pero se deduce contextualmente. Una parte importante de la publicidad actual responde a este esquema de representación paritaria, en consonancia con lo ya aceptado mayoritariamente por la sociedad. Esto permite que el anuncio no tenga que recurrir a recursos visuales, sonoros o verbales que expliciten la paridad.
- **Relación dominante explícita:** En las relación dominante explícita, ya sea estructural o física, el dominador –hombre o mujer- disfruta de privilegios mientras que el dominado se comporta de forma sumisa. A veces, la dominación física se explicita mediante ataduras y todo tipo de artilugios de estética sadomasoquista.
- **Relación dominante implícita:** En este tipo de relación, la dominación no es visible, pues ésta se manifiesta en la estructura interna del mensaje. En estos casos, el analista debe atesorar una fina capacidad para captar lo esencial –la dominación- en lo circunstancial –los recursos expresivos-.

5-

MARCO METODOLÓGICO

5.1- TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para lograr los objetivos propuestos en este trabajo de investigación, se realizará un estudio de tipo exploratorio. Según Namakforoosh (2005), esta metodología es útil para incrementar el grado de conocimiento del investigador respecto al problema y permitirá analizar la construcción visual de estereotipos de mujer y hombre en portadas de revistas contemporáneas nacionales, a partir los recursos gráficos utilizados.

5.2- METODOLOGÍA

La metodología que se decidió utilizar es de tipo cualitativa. La investigación cualitativa, según Rodríguez Gómez, Gil Flores, García Jiménez y Aljibe (1996), estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido o de interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. Este tipo de investigación implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales -experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos- que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas.

Se utilizara la metodología cualitativa en el desarrollo del trabajo porque "(...) se interesan por la realidad tal y como la interpretan los sujetos, respetando el contexto donde dicha realidad social es construida" (Rodríguez Gómez y Valldeoriola Roquet, 2003, p. 47). Además, cabe aclarar el importante papel que juega el investigador, quien se encarga de aplicar su percepción, su formación profesional, su conocimiento sobre el tema y creatividad para llevarla a cabo.

5.3- TÉCNICA

Para poder analizar las variables involucradas se utilizará la técnica de análisis de contenido. El mismo, según Berelson (1952), es una técnica de investigación que busca ser sistemática, objetiva y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación. A juicio de Bardin (1986), el análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a

lo que él denomina como "discursos".

Este tipo de análisis se aplicará en este caso a un material gráfico que incluye portadas de revistas contemporáneas nacionales para mujeres y para hombres.

5.4- CORPUS

Portadas de revistas contemporáneas y nacionales para mujeres y para hombres.

5.5- RECORTE DE CORPUS

GRUPO 1: Revistas dirigidas a mujeres

6 portadas de revistas para mujeres:

- 2 de Cosmopolitan
- 2 de Ohlalá
- 2 de Para Ti

GRUPO 2: Revistas dirigidas a hombres

6 portadas de revistas para hombres:

- 2 de Playboy
- 2 de Hombre
- 2 de El Gráfico

FICHA TÉCNICA	
Tipo de Investigación	Exploratoria
Metodología	Cualitativa
Técnica	Análisis de contenido
Instrumento	Grilla de análisis
Corpus	Portadas de revistas contemporáneas y nacionales para mujeres y para hombres.
Criterio muestral	No probabilístico
Recorte de corpus	6 portadas de revistas para mujeres: 2 de Cosmopolitan, 2 de Ohlalá y 2 de Para Ti. 6 portadas de revistas para hombres: 2 de Playboy, 2 de Hombre y 2 de El Gráfico.

6-

GRILLA DE ANÁLISIS

DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Hacer Ver - Mensaje

Recursos gráficos	Elementos Morfológicos	Plano	
		Textura	
		Color - Psicología del color	Realista Fantasioso Sígnico Emblemático
		Tipografía	Romana Egipcia Incisa De palo seco De escritura De fantasía
	Elementos Dinámicos	Movimiento Tensión Ritmo	
	Elementos Escalares	Dimensión Formato (Ratio corto o largo) Escala Proporción	
Fotografía			

DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Hacer Saber - Emisor

Construcción Semiótica	Signos	Verbales ---> Mensaje lingüístico
		Icónicos ---> Mensaje icónico
	Componentes del signo	Significante (contenido) Significado (expresión) Referente Interpretante
	Denotación / Connotación	

DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Hacer leer - Destinatario

Estereotipos de género	Estereotipos femeninos	Relación entre géneros
	Estereotipos masculinos	

7-

ANÁLISIS

A continuación, se procederá con el análisis de las portadas, estructurándolo en base a la grilla de análisis presentada anteriormente. El mismo se encuentra dividido en tres partes: Dimensión Sintáctica, dentro de la cual se hará hincapié en los recursos gráficos que componen la pieza; la Dimensión Semántica, en la que se establece el juego de significaciones que se buscan generar a través de los signos presentes; y la Dimensión Pragmática, la cual no se desarrollará por completo como un apartado en sí, sino que se irá relacionando además dentro de las dimensiones anteriores, a partir de cómo cada elemento y signo puede ser interpretados de acuerdo a la circunstancias y relacionados con los estereotipos de género subyacentes.

Grupo 1

Revistas dirigidas a mujeres

7.1- PIEZA N° 1: PORTADA DE REVISTA "COSMOPOLITAN" I

Año 19 - N° 238 / Junio 2016

LA REVISTA FEMENINA N°1 DE ARGENTINA

COSMOPOLITAN

¡QUE VUELVA!
SEXO CON AMOR
Recuperá la conexión emocional en la cama

SHE IS THE BOSS!
JESSICA ALBA
Su receta para ganar cientos de millones de dólares

CONFLICTO HEAVY
"MI MAMÁ ES MÁS SEXY QUE YO"

A SOLAS CON **ASHTON KUTCHER**
Sus proyectos, la familia... y el amor

Cómo usar el rubor según tus rasgos
#BLUSHCONTOURING

EL HOMBRE DE TUS SUEÑOS
PODES ENCONTRARLO. DESCUBRÍ CÓMO

MODA HOT DE INVIERNO

Suéteres, parkas, camperas y tapados

\$ 48,00 COSMO.COM.AR
Cada mes y con www.cosmo.com.ar

ISSN 1134-8124

Año 19 N° 238 - Junio 2016
Precio de venta - Papeles \$ 29,000

Todo para lookear a tu chico p.106
O regalarle a un papá cool

7.1.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

Se pueden observar cuatro planos en la pieza gráfica: el primero es aquel conformado por todos los signos lingüísticos (a excepción del logotipo de la revista), el segundo una fotografía de una mujer en el centro de la composición, el tercero es el logotipo en el margen superior y por último el fondo degradado amarillo – magenta.

Se observa un predominio de texturas completamente lisas, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: amarillo, magenta y rojo, más allá del blanco y negro que son constantes a la hora de colorear las tipografías.



El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad, y exaltado, ya que busca lograr impacto visual haciendo uso del máximo nivel de saturación de los colores, dando como resultado que sean brillantes y enérgicos.

Como se puede advertir, el color amarillo, estimulante y luminoso, en combinación mediante un degradado con el color magenta, el cual culturalmente tiene connotaciones femeninas y simbólicamente está asociado a la muñeca Barbie, resulta dinámica, estridente y llamativa.

Por otra parte, el color rojo en la vestimenta de la mujer fotografiada, reforzado incluso por la actitud con la que ella se encuentra, es connotador por excelencia de pasión y sexualidad.

En su conjunto, la paleta cromática utilizada es cálida y dota a la pieza gráfica de una presencia, personalidad e intensidad notable a simple vista. Además, al tener una acotada gama de colores, afecta la percepción del espectador e intensifica sensaciones que con ellos se pueden evocar.

Por su parte, las tipografías utilizadas son en su mayoría de palo seco neogrotescas, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales. Se observa una sola frase que presenta una tipografía con modulación de trazo y remate, del tipo romana de transición, la cual es de carácter sexual.

Además, se utiliza la mayúscula como recurso para dotar de mayor importancia o jerarquía algunos titulares que se busca resaltar.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la fotografía tapando la marca de la revista, como así también el resto de los titulares distribuidos a lo largo de la página de manera irregular y encimándose en algunas ocasiones a la imagen central, lo cual aporta cierto dinamismo a la pieza gráfica.

Elementos escalares

La figura icónica de la mujer es el elemento dentro de la composición que mayor dimensión tiene, incluso sobresaliendo los extremos de la figura del margen de la hoja, no quedando visibles ni afectando su interpretación. Esta imagen es la que mayor impacto visual genera debido a este atributo, entre otras cosas, incluso encontrándose en un plano por debajo de los textos.

El formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina, que se encuentra de pie en el centro de la página, tomando tal protagonismo que sobresale del marco superior e izquierdo/derecho. Al no poseer un fondo, es decir que la mujer no se encuentra en un determinado entorno que detrás presenta un pleno de color, el centro de interés radica solo en ella ya que no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones.

Con respecto a la iluminación, la misma se sitúa al frente del objeto fotografiado, iluminando por completo la figura y potenciando el efecto del color exaltado evocando intensidad.

Pese a que la regla de los tercios indica que los 4 puntos de intersección son los que mayor atención recibirán del espectador, en este caso el encuadre se encuentra centrado, generando una imagen más simplista y dotándola de todo el protagonismo, por sobre el resto de los elementos de la composición y estableciendo un recorrido de la vista de arriba hacia abajo (culturalmente y por cuestiones de lectura, acostumbramos a mirar de arriba abajo y de izquierda a derecha).

Se utiliza un plano americano, el cual encuadra desde la cabeza hasta las rodillas, para de este modo permitir al lector aproximarse al personaje y hacer énfasis en la expresividad de su rostro.

7.1.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

A continuación, se presentan los signos que componen la portada, para reflexionar sobre su relación con la producción de sentidos, que sin duda, en el diseño es siempre meramente intencional.

En la gráfica se advierten por un lado, los signos lingüísticos, entre los que encontramos el logotipo de la revista sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, que se encuentra tapada en parte por el elemento fotográfico, aunque puede continuar siendo reconocida como tal ya que con el paso del tiempo se ha convertido en signo.

De acuerdo a la definición que la Real Academia Española (2006) le atribuye a la palabra "Cosmopolita", el título de la revista busca hacer referencia a una persona que se muestra abierta a culturas y costumbres, que se ha movido o mueve por diversos países, que se adapta fácilmente. En este caso, una mujer.

Por encima de ella se lee la leyenda "La revista femenina Nº 1 de Argentina". Éste texto tiene función de anclaje, es decir nos ofrece un control sobre la imagen, fija el sentido, y nos salva de darnos todos los sentidos posibles de los objetos. En este caso, nos está insinuando que nos encontramos ante una revista, la mejor, hecha exclusivamente para mujeres y de Argentina.

Distribuidas a lo largo de la página y mayoritariamente sobre los márgenes izquierdo y derecho, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se encuentran en un plano superior a la figura icónica, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma.

Se observa que abundan las formas como los pronombres en primera y segunda persona y estructuras tales como la exclamativa y la imperativa, que se pueden considerar típicas de situaciones comunicativas directas del habla y en particular del diálogo informal. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

"¡QUE VUELVA! SEXO CON AMOR. Recuperá la conexión emocional en la cama"

Sugiere que actualmente el sexo para la mujer es un acto puramente físico.

"MODA HOT DE INVIERNO. Suéters, parkas, campera y tapados"

Establece tendencias de moda invernales, sin dejar de lado la búsqueda por estar sexy, a lo cuál hace referencia con un vocablo en inglés.

"Cómo usar el rubor según tus rasgos. #BLUSHCONTOURING"

Brinda consejos de belleza, para que de acuerdo a la tipología de rostro, cada lectora pueda resaltar lo mejor de sí. El hashtag como símbolo funciona como traspalador de medios, además de que está utilizado junto con una frase en inglés.

"CONFLICTO HEAVY "MI MAMÁ ES MÁS SEXY QUE YO"

Propone que el objetivo de una mujer es ser sexy, como un atributo positivo. Utiliza vocablo en inglés.

"A SOLAS CON ASHTON KUTCHER. Sus proyectos, la familia y el amor"

Señala como temas de interés el trabajo, la familia y las relaciones.

"Todo para lookear a tu chico. O regalarle a un papá cool"

Sugiere que los hombres están involucrándose al mundo de la moda, y de no ser así, la mujer es quien debe vestirlos. Utiliza vocabulario moderno para referirse a cuestiones masculinas,

"SHE IS THE BOSS! JESSICA ALBA. Su receta para ganar cientos de millones de dólares"

Establece que una mujer con mucho dinero tiene poder por sobre el resto. Además, incorpora una frase en idioma inglés.

"EL HOMBRE DE TUS SUEÑOS. PODES ENCONTRARLO. DESCUBRÍ CÓMO"

Presupone que todas las mujeres buscan un hombre, no teniendo en cuenta la diversidad de orientaciones sexuales por las cuales se pretende actualmente respetar. Además, hace referencia al renombrado "príncipe azul".

Por último, en la parte inferior izquierda, se observa el precio de la revista, su página web, dónde es distribuida, su número de edición y fecha de emisión.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje es la lengua española, aunque en ciertas ocasiones se utilizan vocablos o frases constituidas en idioma inglés, lo cual para ser descifrado exige más conocimiento que el de la escritura y del idioma oficial escrito y hablado en el país.

Palabras clave:

Sexo / Sexy / She is the boss (ella es la jefa) / Hot / Lookear / Cool / Hombre de tus sueños

Por otro lado se encuentran los signos icónicos, es decir aquellos que se asemejan al referente que pretenden representar. Los mismos son la figura femenina junto con

los elementos que la acompañan (ropa, peinado, joyas), que en su conjunto, determinan las asociaciones que se intentan generar.

En primera instancia, se observa una mujer adulta en el centro de la imagen, actriz estadounidense de cine y televisión con una larga carrera y reconocida mundialmente por su profesión y belleza, llamada Jessica Alba.

La mujer se encuentra mirando hacia el frente, como si estuviese cara a cara al lector, con la cabeza levemente inclinada hacia abajo, lo que connota una actitud desafiante. Su cuerpo se encuentra de frente, pisando con seguridad con piernas separadas y manos a la cintura, aparentando tener la figura 90-60-90 que todas las mujeres desean tener.

La misma se encuentra vistiendo un conjunto al cuerpo de pantalón y blazer, vestimenta que uno asocia inmediatamente a una persona profesional, en el cual el color rojo refuerza esta significación al ser símbolo de pasión y fortaleza al ser un color que adquiere carácter de emblemático. El detalle es que debajo del saco no lleva ropa, sólo se observa un corpiño en el mismo tono, que se desprende por delante, lo cual resulta sugerente y desafiante, y deja lucir su perfecta y tersa piel levemente bronceada.

En cuanto a su morena cabellera, la misma se encuentra tal como si de frente le soplara viento, lo cual despeja su rostro y acentúa su maquillaje, el cual pone énfasis en sus ojos. La expresión de su rostro es provocadora y sexy, su mirada profunda y sus labios se encuentran relajados sin tomar protagonismo.

En cuanto a sus accesorios, se encuentra luciendo un delicado collar y aros de oro, que según Chevalier (1986) es su libro "Diccionario de los símbolos", mientras que el color del oro es un símbolo solar, la moneda de oro es un símbolo de exaltación impura de los deseos y perversión, por lo que podría decirse que connota riqueza y lujos. Posee anillos en ambas manos también de oro con brillantes, lo cual refuerza tal significado, y las uñas pintada, que se asocian culturalmente a la femineidad.

Detrás de ella, se observa un plano de color, por lo que el protagonismo sólo está en la mujer. En su conjunto, su aspecto físico, su vestimenta y su actitud connotan la actitud de una mujer con poder, que se lleva el mundo por delante pero que al mismo tiempo pretende instaurar un juego de seducción.

Según la clasificación que Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel C. (2007) establecen en cuanto a estereotipos de género femenino, la portada de la revista plantea un tipo de mujer trasgresora (a través de atributos como poder, desafío, dominación) y hedonista-sensual (seducción, placer, connotación sexual, belleza).

Según Manuel Garrido Lora (2007) y su teoría en cuanto a la relación entre géneros explícita o implícita, resulta difícil encuadrar el mensaje dentro de una categoría. Pese a que el mensaje está articulado para que a simple vista se observe una relación paritaria explícita de acuerdo a lo que plantean los signos gráficos presentes, en la que no hay sumisión sino más bien libertad, independencia y una igualdad de género en cuanto a oportunidades incluso laborales, se observa implícita también una relación dominante, en la que la mujer se impone como objeto de deseo del hombre, quedando supeditada.

7.1.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo femenino y relación entre géneros

7.2- PIEZA N° 2: PORTADA DE REVISTA "COSMOPOLITAN" II

Año 18 - N° 228 / Agosto 2015



LA REVISTA FEMENINA N°1 DE ARGENTINA

COSMOPOLITAN

LIBERÁ TU SEX POWER

En la cama, ¡hacé lo que deseás!

LALI ESPÓSITO
"En el amor soy una estúpida. Y en el sexo, muy libre"

#TuPesoldeal
GRASA VS. AZÚCAR
EL SECRETO DE LAS CHICAS LINDAS, ¡REVELADO!

GYM
Brazos & hombros
Vas a amar los resultados

BOHO FOLK
Ponchos, botas y sombreros en clave urbana

IN LOVE CON EL LOB
5 versiones del corte de pelo super sexy

MÁS CERCA DE EL
Mejorá la conexión con tu chico

\$ 38,50 COSMO.COM.AR
Capital Federal y CABA. Recargo envío al interior \$ 1,00

ISSN 0028-0242
00228
9 770328 824000

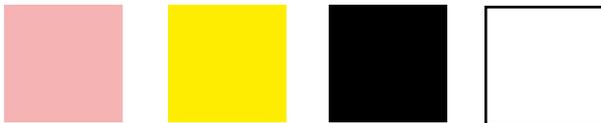
Año 18 N° 228 - Agosto 2015 - Uruguay So 130

7.2.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

El plano en ésta gráfica está determinado por los distintos elementos que conforman el diseño. Se pueden observar cuatro planos presentes en la composición, superpuestos y contrastantes: por un lado se encuentra el conformado por los signos lingüísticos (a excepción del logotipo de la revista), el segundo un plano fotográfico de una mujer en el centro de la composición, el tercero es el logotipo ubicado en el margen superior y por último el fondo color rosado.

Se observa un predominio de texturas lisas, salvo en la fotografía, que posteriormente se procederá a analizar. Con respecto a la paleta cromática, la misma está compuesta por los colores rosa, amarillo, negro y blanco, que combinados connotan seducción y femineidad



El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad, y naturalista/exaltado, ya que es percibido como propio naturalmente de los elementos coloreados pero recurre al impacto visual en algunos de los elementos coloreados usando un máximo de saturación.

Mientras que el color rosa de fondo, connota sin lugar a dudas femineidad, es suave y romántico, el amarillo es luminoso, cálido, y estridente, por lo que se recurre a él como recurso para resaltar ciertos aspectos de los titulares a los que se quiere dotar de más fuerza y pregnancia.

Por su parte, el blanco y el negro no juegan un papel muy significativo, sino que se los utiliza según corresponda para lograr contraste entre los elementos, salvo en el caso de la vestimenta en la que el color negro está relacionado a la elegancia.

Con respecto a la tipografía, su presencia tiene gran protagonismo en la pieza, ya que junto con la fotografía son los elementos que conforman la pieza gráfica. Se hace un uso muy variado de ellas, sin embargo todas pertenecen al grupo tipográfico de palo seco, sin contraste entre trazos finos y gruesos, más precisamente a las Neogrotescas. Las mismas manifiestan una ausencia de modulación y de remates, y presentan una estructura humanística de los caracteres.

El uso de las mayúsculas en algunos casos confiere al texto de cierta importancia y respeto, generando además, gran impacto en el ojo espectador, ayudándose también de colores llamativos.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la fotografía tapando la marca de la revista, como así también el resto de los titulares distribuidos a lo largo de la página de manera irregular y encimándose en algunas ocasiones a la imagen central, lo cual aporta cierto dinamismo a la pieza gráfica.

Elementos escalares

La figura icónica de la mujer es el elemento dentro de la composición que mayor dimensión tiene, incluso sobresaliendo los extremos de la figura del margen de la hoja, no quedando visibles ni afectando su interpretación. Esta imagen en la que mayor impacto visual genera debido este atributo, entre otros, incluso encontrándose detrás de los textos.

El formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina, que se encuentra de pie en el centro de la página levemente hacia el costado derecho. La figura no se encuentra situada en un entorno en particular, sino que se encuentra sobre un plano de color, lo cual le aporta el total protagonismo a ella, situándola como el centro de interés.

Con respecto a la iluminación, la misma se sitúa al frente del objeto fotografiado, iluminando por completo la figura.

Pese a que la regla de los tercios indica que los 4 puntos de intersección son los que mayor atención recibirán del espectador, en este caso el encuadre se encuentra centrado, generando una imagen más simplista y dotándola de todo el protagonismo, por sobre el resto de los elementos de la composición y estableciendo un recorrido de la vista de arriba hacia abajo (culturalmente y por cuestiones de lectura, acostumbramos a mirar de arriba abajo y de izquierda a derecha).

Se utiliza un plano americano, el cual encuadra desde la cabeza hasta las rodillas, para de este modo permitir al lector aproximarse al personaje y hacer énfasis en la expresividad de su rostro y posición corporal.

7.2.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

En la imagen podemos encontrar dos tipos de signos. Los primeros, de sustancia lingüística, entre los que encontramos la marca sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, que se encuentra tapada en parte por el elemento fotográfico, aunque puede continuar siendo reconocida como tal ya que con el paso del tiempo se ha convertido en signo. Siendo el anterior el elemento de mayor tamaño de carácter lingüístico, por encima de él se lee la leyenda "La revista femenina Nº 1 de Argentina". Este texto tiene función de anclaje, es decir nos ofrece un control sobre la imagen, fija el sentido, y nos salva de darnos todos los sentidos posibles de los objetos. En este caso, nos está insinuando que nos encontramos ante una revista, la mejor, hecha exclusivamente para mujeres y de Argentina.

Distribuidas a lo largo de la página, y ocupando los espacios que la figura icónica deja libres, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Abundan las formas como los pronombres en primera y segunda persona y estructuras tales como la exclamativa y la imperativa, que se pueden considerar típicas de situaciones comunicativas directas del habla y en particular del diálogo informal.

Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

"LIBERÁ TU SEX POWER. En la cama ¡hacé los que deseás!"
Sugiere la revelación de una mujer, que regularmente hace lo que desea, utilizando para ello vocablos en inglés, pero con una bajada en español.

"BOHO FOLK. Ponchos, botas y sombreros en clave urbana"
Establece tendencias de moda.

"GIM Brazos & hombros. Vas a amar los resultados"
Propone ejercicios físicos para que sus lectoras se pongan en marcha a lograr un cuerpo estilizado.

"LALI ESPÓSITO "En el amor soy una estúpida. Y en el sexo, muy libre"
Busca que las mujeres sientan empatía con el personaje, que se sientan identificadas, mostrándola como una mujer liberal.

"#TuPesoldeal GRASA VS. AZÚCAR EL SECRETO DE LAS CHICAS LINDAS, ¡REVELADO!"

Hace referencia a que las chicas lindas son aquellas con un peso ideal, es decir flacas, que se cuida con estrictas dietas. Utiliza como recurso un "hashtag", el cual se utiliza en redes sociales para que los temas y las frases que menciones en las publicaciones de tu biografía personal o de tu página se convierten en enlaces en los que se puede hacer clic. De este modo, los usuarios pueden encontrar más fácilmente publicaciones sobre temas en los que estén interesados, y este símbolo funciona como traspolador de medios.

"IN LOVE CON EL LOB 5. Versiones del corte de pelo super sexy"

Propone cambios de look en pos de tener una apariencia más sexy. Utiliza frases en inglés.

"MÁS CERCA DE ÉL. Mejorá la conexión con tu chico"
Nota de temática amorosa.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje es la lengua española, aunque en ciertas ocasiones se utilizan vocablos o frases constituidas en idioma inglés, lo cual para ser descifrado exige más conocimiento que el de la escritura y del idioma oficial escrito y hablado en el país. Sin embargo, todas las frases en inglés están acompañadas con una bajada en español, la cuál nos sitúa en la temática del titular de todos modos.

Con estos mensajes, la revista busca inspirar, animar y motivar a las mujeres a ser 100% sexies y audaces, con un contenido editorial enfocado en belleza, moda, sexo y pareja, vida laboral, salud, actualidad y entretenimiento, careciendo de contenido periodístico al estilo "novedad", tratando temáticas de característica atemporal. Como en todas las revistas dirigidas a mujeres, son mensajes específicamente elaborados y diseñados para ser consumidos por ellas.

Palabras clave:

Libre en el sexo / Peso ideal / Sexy / Gym / Sex power

Por otro lado, se encuentran los signos icónicos, los cuales en conjunto determinan las asociaciones que se intentan generar.

En primera instancia, se observa una joven mujer en el centro de la imagen, actriz y cantante argentina reconocida actualmente por su éxito en el ámbito laboral, más precisamente en el rubro artístico, llamada popularmente "Lali Espósito". Vistiendo muy poca ropa: un short "al cuerpo" negro que deja prácticamente todas las piernas al descubierto, una camisa prácticamente toda desprendida lo cual deja al descubierto un corpiño de encaje negro y su vientre plano, junto a un brazalete de cuero negro con tachas en su muñeca. Mientras que

las perlas, según Chevalier (1986) es un símbolo ligado a la mujer, junto con el encaje connotan femineidad y son elementos vintage que han vuelto a estar de moda, el cuero y las tachas hacen alusión al rock y lo salvaje, generando un contraste entre ambas significaciones.

En cuanto a su morena cabellera, la misma se encuentra prolijamente despeinada, con un look salvaje y voluminoso, y en su rostro un notable maquillaje acentúa sus ojos y perfecta tersa piel levemente bronceada en toda su extensión.

La joven se encuentra mirando hacia el frente, como si estuviese cara a cara al lector, con una gesticulación sugerente. Su cuerpo se encuentra relajado y en una pose sexy, luciendo simetría, armonía, firmeza, naturalidad; sus gruesos labios entreabiertos y su mano abriendo la camisa dejando al descubierto su ropa interior de encaje.

Su aspecto físico, su vestimenta y su actitud connota un juego de seducción que se quiere instaurar, transmitiendo en conjunto la imagen de una mujer femenina, sexy, provocadora y fuerte, la envidia de cualquier mujer.

7.2.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo femenino y relación entre géneros

La portada de la revista plantea a través de sus recursos gráficos un tipo de mujer trasgresora (mediante atributos como libertad, revelación), hedonista-sensual (seducción, placer, connotación sexual, belleza), y funcional moderna (gozo, comodidad, urbana).

En cuanto a la relación entre géneros explícita o implícita que plantea, en base a ciertos indicios podría decirse que se encuadra dentro de una relación dominante implícita. Mientras que el mensaje que se quiere transmitir es el de una mujer liberada, independiente, fuerte, revelada, exitosa y con paridad respecto a los hombres, entre líneas se puede notar cierta cosificación de la mujer, reproduciendo significados tradicionales tales como la seducción al hombre, la femineidad, el lograr adaptarse al canon de belleza de la época, estar a la moda. Es decir que a pesar de querer romper ciertas estructuras, siguen presentes algunos conceptos estereotipados históricamente adjudicados a las mujeres.

7.3- PIEZA N° 3: PORTADA DE REVISTA "OHLALÁ" I

Año 8 - N° 96 / Marzo 2016

OHLALÁ!

COMUNIDAD DE MUJERES

**MODA
DISEÑO
DE AUTOR**

CALIDAD DE VIDA
**COMO SUMAR
UN HÁBITO**

**ALOHA,
VIAJA A
HAWAI**

**ELIXIRES
PLANETARIOS**

SMART TV
LA TELE
YA FUE

**LISTO...
"ME QUIERO
ENAMORAR"**

Además
• RECORRIDO TAKE AWAY
• EXFOLIÁ TU PIEL

CHARLA
CON VALERIA
BERTUCCELLI
**"ME VOLVÍ
MÁS BUENA
CONMIGO"**

MOVIDA
LABORAL

#SOMOSJEFAS
LOS NUEVOS ^{SI} PARA CRECER EN EL TRABAJO

REVISTA OHLALÁ.COM

MARZO 16 | CALIDAD DE VIDA | SEXO Y PAREJA | MODA | BELLEZA Y SALUD | CASA | VIAJES

Todo sufre cuando comienza trabajo duro, castro y de otras cosas. Sophia Amoroso

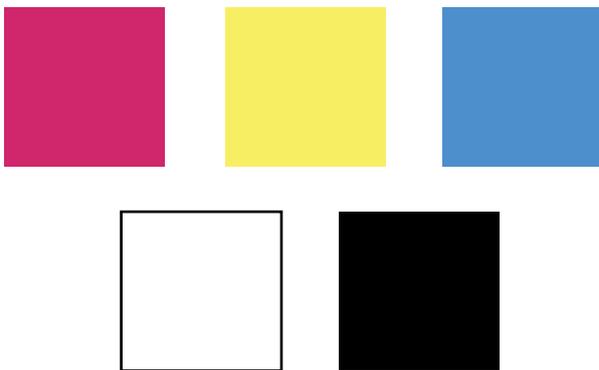
Marzo 16 | www.revistahlala.com

7.3.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar tres planos que conforman la pieza gráfica: el primero es aquel compuesto por todos los signos lingüísticos, el segundo una fotografía de una mujer en el centro de la composición y por último el fondo color blanco.

Se observa un predominio de texturas lisas, e excepción en la vestimenta que lleva la mujer, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: magenta, amarillo, celeste, blanco y negro.



El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad, y naturalista/exaltado, ya que es percibido como propio naturalmente de los elementos coloreados pero recurre al impacto visual en algunos de los elementos coloreados usando un máximo de saturación, como es el caso de la marca de la revista y algunos titulares en color magenta.

Como se puede advertir, el color predominante en la pieza es el magenta, el cual está asociado simbólicamente a la muñeca Barbie, a la cual se culpa de crear un estereotipo de cuerpo perfecto femenino. En este caso, el amarillo se utiliza, por su carácter dinámico y estimulante para resaltar ciertos conceptos a modo de "resaltador".

Por otra parte, el color celeste presente en la vestimenta de la mujer, como único de la categoría frío que se observa, le aporta a la pieza tranquilidad y frescura.

Con respecto al color blanco, presente en el fondo de la pieza y en la vestimenta, lo cual funde un plano con el otro, aporta luminosidad y sensación de serenidad. Se podría decir entonces, que en su conjunto, la paleta cromática connota frescura, vitalidad y femineidad.

Por su parte, las tipografías utilizadas son dos: en su mayoría de palo seco neogrotescas, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales, y en algunas ocasiones de escritura manual, de trazo libre, lo cual aporta una connotación más

naif, informal y descontracturada.

Además, se utiliza casi en totalidad caracteres en mayúscula, lo cual dota de presencia a los caracteres.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar partes de la fotografía siendo tapadas por los signos lingüísticos, aunque esta no pierda significación, lo cual aporta cierto dinamismo a la pieza gráfica. Esto sobretodo se observa en el margen superior, donde el tamaño tipográfico del logotipo es de grandes dimensiones.

Elementos escalares

La imagen fotográfica de la mujer es el elemento dentro de la composición que mayor dimensión tiene, incluso sobresaliendo los extremos izquierdo y derecho del margen de la hoja, no quedando visibles ni afectando su interpretación. Esta imagen, junto con la marca de la revista, son los elementos que mayor impacto visual genera debido en parte a este atributo.

El formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina, de la cual solo se ve el torso. Al no poseer un fondo, es decir que la mujer no se encuentra en un determinado entorno que detrás presenta un pleno de color blanco, el centro de interés radica solo en ella ya que no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones.

Con respecto a la iluminación, la misma presenta tal resplandor que pareciera que la toma fuera diurna, y llena de luminosidad la imagen, connotando frescura y paz.

Pese a que la regla de los tercios indica que los 4 puntos de intersección son los que mayor atención recibirán del espectador, en este caso el encuadre se encuentra centrado, generando una imagen más simplista y dotándola de todo el protagonismo, por sobre el resto de los elementos de la composición y estableciendo un recorrido de la vista de arriba hacia abajo (culturalmente y por cuestiones de lectura, acostumbramos a mirar de arriba abajo y de izquierda a derecha).

Se utiliza un primer plano para la toma fotográfica, el cual encuadra al sujeto entre su rostro y hombros, lo cual connota confidencialidad e intimidad respecto a

él. En este caso, se podría añadir que este tipo de plano conlleva a que omitir la presencia del cuerpo de la mujer y de las partes que connotan sensualidad y sexualidad, haciendo énfasis únicamente en la expresión de su rostro.

7.3.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

Al observar la pieza gráfica, se logra identificar, por un lado los signos ligísticos, entre los que se encuentra la marca sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, por sobre elemento fotográfico, aunque ello no afecta su capacidad de significar.

Por debajo de ella se lee la leyenda "Comunidad de mujeres". Éste texto tiene función de anclaje, es decir nos ofrece un control sobre la imagen, fija el sentido, y nos salva de darnos todos los sentidos posibles de los objetos. En este caso, nos está insinuando que nos encontramos ante una revista exclusivamente para mujeres, que tiene cosas en común, y alude también a lo que hoy en día es una "red social", quizás haciendo referencia a que la revista se traspola también a otros medios, no solo el impreso.

Distribuidas a lo largo de la página y mayoritariamente sobre los márgenes izquierdo e inferior, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se encuentran en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma.

Se observa que abundan las formas como los pronombres en primera persona, que se pueden considerar típicas de situaciones comunicativas directas del habla y en particular del diálogo informal, las cuales buscan generar empatía en las lectoras. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

"MOVIDA LABORAL" "#SOMOSJEFAS. LOS NUEVOS SÍ PARA CRECER EN EL TRABAJO"

Sugiere que el objetivo de la mujer en el ámbito laboral es llegar a obtener una jefatura. Incluye un hashtag, el cual funciona como símbolo traspolando todos los medios que la revista posee.

"MODA DISEÑO DE AUTOR"

Brinda contenido sobre moda de diseñadores independientes.

"CALIDAD DE VIDA. CÓMO SUMAR UN HÁBITO"

Busca mejorar la calidad de vida de las lectoras brindando consejos sobre hábitos saludables.

"ALOHA. VIAJÁ A HAWAI"

Propone que las mujeres viajen a lugares del mundo para reforzar su conocimiento sobre otras culturas.

"ELIXIRES PLANETARIOS"

Este titular no trasmite un significado fácilmente deducible, pero quizás se refiere a la astrología y la espiritualidad.

"SMART TV. LA TELE YA FUE"

Sugiere una nueva moda en cuanto al modo de ver televisión en el tiempo libre.

"LISTO...ME QUIERO ENAMORAR"

En este titular no se hace referencia a ningún sexo, lo que hace apropiado para lectoras con cualquier inclinación sexual.

"CHARLA CON VALERIA BERTUCELLI. "ME VOLVÍ MÁS BUENA CONMIGO"

A partir de la entrevista con la mujer de tapa, la frase elegida invita a las lectoras a seguir sus pasos y quererse más.

"Además: RECORRIDO TAKEAWAY / EXFOLIÁ TU PIEL"

Brinda información sobre lugares para comprar alimentos para llevar y para cuidar la belleza de la piel.

Por último, en la parte inferior izquierda, se observa la página web, su precio, dónde es distribuida, su número de edición y fecha de emisión, e incluso más debajo y a lo largo del ancho de la página las distintas secciones que contienen la revista acompañados de un símbolo que remite al ying y yang, filosofía dualista de lo bueno y lo malo.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. Para ser descifrado no exige más conocimiento que el de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país.

Palabras clave:

Moda / Calidad de vida / Viajé / Me quiero enamorar / Somos jefas / Más buena conmigo

Por otro lado se encuentran los signos icónicos, es decir aquellos que se asemejan al referente que pretenden representar. Los mismos son la figura femenina junto con los elementos que la acompañan (ropa, peinado, accesorios), que en su conjunto, determinan las asociaciones que se intentan generar.

En primera instancia, se observa una mujer adulta en el centro de la imagen, actriz argentina de cine y televisión, llamada Valeria Bertuccelli.

La mujer se encuentra mirando hacia el frente, recogiendo el pelo con ambas manos, dejado al descubierto por completo su rostro, en una posición que aparenta

ser casual y relajada.

Ya que el encuadre solo nos permite observar de sus hombros hacia arriba, en cuanto a vestimenta se puede apreciar que luce una blusa al parecer mangas cortas, con una estampa en toda su extensión en tonos azul negro y blanco, que se funde con el fondo. La misma, de escote redondo no deja al descubierto en la fotografía prácticamente más piel que la de su cuello y rostro. En cuanto a sus accesorios, únicamente lleva consigo unos aros pequeños color plata.

Con respecto a la expresión de su rostro, su gran sonrisa connota felicidad y sus ojos entrecerrados y brillantes refuerzan tal significado. Lleva un maquillaje muy sobrio, con una leve coloración rosada en sus labios y las pestañas marcadas.

Además, se encuentran otros elementos como el "trazo de resaltador amarillo" y la fecha que pareciera estar dibujada a mano, los connotan informalidad y hacen la pieza más amigable.

Detrás de los elementos, se observa un plano de color blanco, lo que refuerza el protagonismo de la mujer al establecer un marcado contraste y dotándola de mayor luminosidad. En su conjunto, su aspecto físico, su vestimenta y su actitud connotan una imagen de mujer feliz y relajada, en una situación casual, que permite a cualquier mujer sentirse identificada con ella, haciendo énfasis solo en su rostro, omitiendo mostrar el resto de su cuerpo y piel de más.

7.3.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo femenino y relación entre géneros

Se podría decir que la portada de la revista plantea un tipo de mujer funcional-moderna, en la que priman atributos como el gozo, la comodidad, la calidad de vida, con un dejo de trasgresión en el área laboral

Con respecto a la relación entre géneros, no se presenta una sumisión o dominación de parte de alguno de ellos, por lo que podría tratarse una relación paritaria explícita, aunque prácticamente no se hace alusión al sexo masculino en el contenido de la portada a través de los signos gráficos presentes en ella.

7.4- PIEZA N° 4: PORTADA DE REVISTA "OHLALÁ" II

Año 7 - N° 84 / Marzo 2015

OHLALÁ!
COMUNIDAD DE MUJERES

“CADA VEZ QUE UNA MUJER DA UN PASO, TODAS AVANZAMOS” - María Teresa Fernández de la Vega

MODA DE DISEÑO INVASIÓN CELESTE

LO QUE VIENE EN PEINADOS

ABUELA MARGARITA LA GRAN CHAMANA

SUBÍ LA VARA EN EL SEXO

RASPAMEEE WE ♥ BARBUDOS

Además

- ✦ PLANES PARA SEMANA SANTA
- ✦ CONOCÉ LA PSICOTERAPIA ZEN

REVISTA OHLALÁ.COM

marzo 15 | www.revistaohlala.com

DESPLÉGÁ TUS ALAS
CÓMO LEVANTAR VUELO CON TU PODER FEMENINO

CHARLA CON BRENDA GANDINI
“YA NO LA CARETEO”

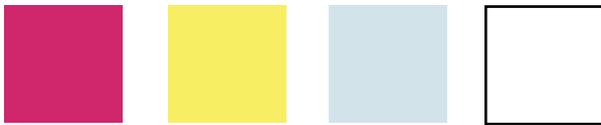
marzo | calidad de vida | sexo y pareja | moda | belleza y salud | casa | viajes

7.4.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar cuatro planos que componen la pieza gráfica: el primero es aquel conformado por todos los signos lingüísticos (menos el logotipo de la revista ubicado en la parte superior de la composición), el segundo una fotografía de una mujer en el centro de la composición, luego el logotipo y por último el fondo color blanco.

Se observa un predominio de texturas lisas, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: magenta, amarillo, celeste y blanco.



El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad, y naturalista/exaltado, ya que es percibidos como propio naturalmente de los elementos coloreados pero recurre al impacto visual en algunos de los elementos coloreados usando un máximo de saturación, como es el caso de la marca de la revista y algunos titulares en color magenta y resaltados color amarillos.

Como se puede advertir, el color predominante en la pieza es el magenta, el cual está asociado simbólicamente a la muñeca Barbie, a la cual se culpa de crear un estereotipo de cuerpo perfecto femenino. En este caso, el amarillo se utiliza, por su carácter dinámico y estimulante para resaltar ciertos conceptos a modo de "resaltador".

Por otra parte, el color celeste presente en la vestimenta de la mujer, como único de la categoría frío que se observa y en una tonalidad muy clara, le aporta a la pieza tranquilidad y frescura.

Con respecto al color blanco, presente en el fondo de la pieza aporta luminosidad y sensación de serenidad. Se podría decir entonces, que en su conjunto, la paleta cromática connota frescura, vitalidad y femineidad.

Por su parte, las tipografías utilizadas son dos: en su mayoría de palo seco neogrotescas, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales. Con respecto a los caracteres que corresponden a una escritura manual de trazo libre, su utilización aporta una connotación más naif, informal y descontracturada.

Además, se utiliza casi en totalidad caracteres en mayúscula, lo cual dota de presencia a los caracteres.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la marca de la revista siendo tapada en parte por la fotografía, y a su vez ésta teniendo por encima algunos signos lingüísticos correspondientes a los titulares, es decir que hay una superposición de elementos que dota a la composición de profundidad y dinamismo, aunque la significación de cada elemento por separada no se ve alterada.

Elementos escalares

La imagen fotográfica de la mujer es el elemento dentro de la composición que mayor dimensión tiene, junto con la marca de la revista.

El formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina, de la cual solo se ve hasta la mitad de su torso. Al no poseer un fondo, es decir que la mujer no se encuentra en un determinado entorno que detrás presenta un pleno de color blanco, el centro de interés radica solo en ella ya que no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones.

Con respecto a la iluminación, la misma presenta tal resplandor que pareciera que la toma fuera diurna, y llena de luminosidad la imagen, connotando frescura y paz.

Mediante un plano medio corto, se encuadra al sujeto desde la cabeza hasta la mitad del torso, lo cual permite descontextualizarla y concentrar en ella la máxima atención, porque además, se encuentra ubicada siguiendo la regla fotografía de los tercios hacia el margen derecho de la página.

7.4.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

Por un lado se logran identificar signos lingüísticos, entre los que se encuentra el logotipo de la revista sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, debajo del elemento fotográfico, aunque ello no afecta su capacidad de significar.

Por debajo de él se lee la leyenda "Comunidad de mujeres". Éste texto tiene función de anclaje, es decir nos ofrece un control sobre la imagen, fija el sentido,

y nos salva de darnos todos los sentidos posibles de los objetos. En este caso, nos está insinuando que nos encontramos ante una revista exclusivamente para mujeres, que tiene cosas en común, y alude también a lo que hoy en día es una "red social", quizás haciendo referencia a que la revista se traspola también a otros medios, no solo el impreso, reforzado por el icono de "mouse" que la acompaña.

Distribuidas a lo largo de la página y mayoritariamente sobre los márgenes izquierdo e inferior, debido a la ubicación del sujeto, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se encuentran en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma.

Se observa que abundan las formas como los pronombres en primera y segunda persona, que se pueden considerar típicas de situaciones comunicativas directas del habla y en particular del diálogo informal, las cuales buscan generar empatía en las lectoras. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

<p><i>"DESPLEGÁ TUS ALAS. CÓMO LEVANTAR VUELO CON TU PODER FEMENINO"</i> Connota el hecho de volar alto y llegar al máximo del potencial con el poder que una posee por su condición como mujer.</p>
<p><i>"MODA DE DISEÑO INVASIÓN CELESTE"</i> Brinda contenido sobre moda y el color que es tendencia.</p>
<p><i>"LO QUE VIENE EN PEINADOS"</i> Plantea tendencias de peinados, para mantener a la mujer a la moda.</p>
<p><i>"ABUELA MARGARITA. LA GRAN CHAMANA"</i> Relaciona a los chamanes, consejeros de tribus indígenas, con las abuelas, que todo lo saben.</p>
<p><i>"SUBÍ LA VARA EN EL SEXO"</i> Refiere a contenido sexual a tratar, seguramente con consejos e ideas para llevar a la práctica.</p>
<p><i>"RASPAMEEE. WE ♥ BARBUDOS"</i> En este caso, plantea que está de moda la barba en los hombres, y que a la mujer de Ohlalá le gusta.</p>
<p><i>"CHARLA CON BRENDA GANDINI. "YA NO LA CARETEO"</i> El personaje entrevistado se plantea como una persona que va de frente, que se muestra tal cual es.</p>
<p><i>"Además: PLANES PARA SEMANA SANTA / CONOCÉ LA PSICOTERAPIA ZEN"</i> Brinda información sobre lugares para visitar y actividades para hacer en los días libres y un tipo de terapia basada en la espiritualidad.</p>

En el margen inferior izquierdo se observa la página web, su precio, dónde es distribuida, su número de edición y fecha de emisión. Y por último, y no menos importante, en el margen inferior se observan las temáticas de la revista o secciones, cada una identificada por un corazón de un color diferente. Esta figura, según Chevalier (1986) en "Diccionario de los Símbolos", se ha convertido en un símbolo del amor profano, de la amistad, al principio pasivo o femenino de la manifestación universal, por lo que dota a la composición de un carácter más femenino, romántico y sentimental.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. Para ser descifrado no exige más conocimiento que el de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país.

Palabras clave:

Moda / Sexo / Poder femenino / Lo que viene

En lo que respecta a los signos icónicos, en primera instancia se observa una mujer adulta, actriz y modelo argentina, llamada Brenda Gandini.

La mujer se encuentra en una posición de costado a la cámara pero mirando al frente, como si estuviera sentada o apoyada sobre alguna superficie, reposando su pera sobre su mano.

Ya que el encuadre solo nos permite observar de su torso hacia arriba, en cuanto a vestimenta se puede apreciar que luce una blusa mangas largas color magenta, y sobre ella un abrigo color celeste, con herrajes metálicos. La ropa parece de buena calidad y no deja al descubierto más piel que la de su rostro y manos.

Con respecto a la expresión de su rostro, esboza una sonrisa tímida y seductora, acompañada de un maquillaje muy sobrio que hace lucir su piel blanca, con una leve coloración rosada en sus labios y los ojos delineados. Lleva su cabello rubio prolijamente despeinado y hacia un costado y no utiliza accesorio.

Un detalle no menor es el tatuaje que se observa en su brazo derecho sobre el cual reposa su rostro, el cual habla de una mujer que lo lleva por ser libre de tomar decisiones, sin miedo a ser juzgada por la sociedad. Además, se encuentran otros elementos como el "trazo de resaltador amarillo" y la fecha que pareciera estar dibujada a mano, los connotan informalidad y hacen la pieza más amigable.

Detrás de ella, se observa un pleno de color blanco, lo que refuerza el protagonismo de la mujer al establecer una marcado contraste y dotándola de mayor luminosidad. En su conjunto, su aspecto físico, su vestimenta y su actitud connotan una imagen de mujer profesional, relajada, pulcra, para lo que no hay necesidad de mostrar de más su cuerpo.

7.4.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo femenino y relación entre géneros

Se podría decir que la portada de la revista plantea un tipo de mujer funcional-moderna, en la que priman atributos como el gozo, la comodidad, la calidad de vida, con un dejo de trasgresión en el área laboral y sexual.

Con respecto a la relación entre géneros, no se presenta una sumisión o dominación de parte de alguno de ellos, por lo que podría tratarse una relación paritaria explícita, aunque prácticamente no se hace alusión al sexo masculino en el contenido de la portada a través de los signos gráficos presentes en ella.

7.5- PIEZA N° 5: PORTADA DE REVISTA "PARATI" I

N° 4900 / 16-22 de junio 2016



7.5.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar tres planos que componen la pieza gráfica: el primero es aquel conformado por todos los signos lingüísticos (menos la marca ubicada en la parte superior de la composición), el segundo una fotografía, y por último el logotipo de la revista.

Se observa un predominio de texturas lisas, salvo por la presencia de mallas metálicas del lado derecho de la composición, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: rojo, petróleo y negro.



El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad y es percibido como propio naturalmente de los elementos coloreados.

Como se puede advertir, el color predominante en la pieza es el negro en sus diferentes tonalidades, que genera un contraste con los otros dos colores presentes, dotándolos a ellos de protagonismo. Por un lado, el rojo, el color rojo en la vestimenta de la mujer fotografiada, reforzado incluso por la actitud con la que ella se encuentra y el material del objeto que colorea, es connotador por excelencia de la pasión y la sexualidad. Además se encuentra siendo utilizado en el sombrero y en la marca de la revista en el margen superior.

El color petróleo, que resulta de una mezcla entre el azul y el verde, utilizado también en la vestimenta en combinación con el rojo, aporta cierta frivolidad, mientras que el color negro no aporta demasiada significación.

Por su parte, las tipografías utilizadas son dos: en su mayoría de palo seco humanistas, ya que se observa una estructura geométrica de los caracteres, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales, y en algunas ocasiones de escritura manual, de trazo libre, lo cual aporta una connotación informal y descontracturada. Además, se utilizan caracteres en mayúscula en palabras que se quieren resaltar, aportando mayor expresividad.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión generada por la marca de la revista, la cual como elementos que genera desconcierto al no estar ni en un plano superior a la fotografía ni detrás

del mismo. Además, la viga sobre la cual está sentada la mujer se encuentra levemente en posición diagonal, y junto con ella, los elementos que se encuentran detrás, y uno de los titulares posee una inclinación en el sentido contrario al anterior elemento mencionado. Es decir, el hecho de que el horizonte se encuentre inclinado aporta también cierto dinamismo.

Elementos escalares

Los elementos de la composición se encuentran a similares escalas, siendo el nombre de la marca el que sobresale en cuanto a dimensiones.

El formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina que se encuentra sentada, situación en la que no se observan más elementos que los propios de la construcción de lo que parece ser la habitación de una casa, lo cual la sitúa en determinado contexto que se analizará posteriormente en el apartado "Signos".

Con respecto a la iluminación, además de la iluminación frontal, se observa un resplandor proveniente de la ventana situada atrás del personaje fotografiado, la cual no aporta demasiada calidez, sino que hace lucir los colores blancos de su alrededor de un tono más grisáceo.

Mediante un plano general, el cual presenta el cuerpo entero del personaje y muestra también el entorno que lo rodea, lo cual permite situarla en un contexto que aporte significación a la composición.

Pese a que la regla de los tercios indica que los 4 puntos de intersección son los que mayor atención recibirán del espectador, en este caso el encuadre se encuentra centrado, en el que se establece un recorrido de la vista de arriba hacia abajo (culturalmente y por cuestiones de lectura, acostumbramos a mirar de arriba abajo y de izquierda a derecha).

7.5.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

Por un lado se logran identificar signos lingüísticos, entre los que se encuentra el logotipo sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, que en su centro queda tapada por el elemento fotográfico,

aunque ello no afecta su capacidad de significar, ya que debido a su trayectoria en el mercado la identidad se ha convertido en un signo.

Por debajo de él, y hacia el costado derecho y en un tamaño tipográfico muy pequeño se lee la fecha y número de edición de la revista.

Distribuidas alrededor del sujeto fotografiado, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se encuentran en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma.

En este caso no se observa que abunden las formas como los pronombres en primera persona, que se pueden considerar típicas de situaciones comunicativas directas del habla y en particular del diálogo informal, las cuales buscan generar empatía en las lectoras. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

<p><i>"RE TUERCAS. Cómo elegimos el auto. Qué seguro nos conviene. Tuneá el tuyo"</i> Esta nota hace referencia a contenido que por lo general se encasilla como masculino, pero en este caso se plantea referido como consejos sobre autos a mujeres, lo cual no es habitual. El hecho de "tunear" también connota masculinidad y ferocidad.</p>
<p><i>"PARCHES & PINS Tendencia"</i> Brinda contenido tendencias de moda.</p>
<p><i>"Maxi mantas. Tejé con dedos y brazos"</i> Plantea un modo novedoso de tejer maxi mantas, las cuales están de moda. El hecho de tejer se asocia directamente a la mujer, más precisamente a las abuelas.</p>
<p><i>"JOHNNY DEPP. Malo eres"</i> Nota sobre un personaje famoso a nivel internacional, que es conocido como "chico malo".</p>
<p><i>"Tiffany Calligaris una escritora fantástica"</i> Nota sobre una joven escritora nacional femenina, en auge.</p>
<p><i>"FABIÁN CUBERO + MIX DE PRINTS + los 7 + CEJAS AL NATURAL"</i> Notas varias sobre un jugador de fútbol, estampas y belleza facial.</p>

En el margen inferior izquierdo se aprecia el precio de venta y distribución de la revista a nivel nacional, en un tamaño pequeño que pasa inadvertido.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. Para ser descifrado no exige más conocimiento que el

de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país.

Palabras clave:

Tuneá / Tendencia / Tejé / Malo eres / Escritora fantástica / Al natural

En lo que respecta a los signos icónicos, en primera instancia se observa una mujer, que no es reconocida a simple vista como una personalidad famosa, quizás es modelo, hecho deducible por el aspecto de su cuerpo, ya que las mismas además de ser bellas, necesitan seguir un patrón corporal, deben ser delgadas, de brazos y piernas largas, tal como el sujeto de la foto.

La mujer se encuentra sentada de costado sobre una viga metálica, mirando hacia el frente. En cuanto a su vestimenta se puede apreciar que luce una blusa holgada sin mangas color petróleo y un pantalón al cuerpo de cuero o símil color rojo. Ese material, sumado a las connotaciones que evoca tal color y a que es símbolo de moda actual, tiene connotaciones agresivas, ya que se asocia sexualmente a la dominación y al rock.

Con respecto a los accesorios, luce un collar negro que se encuentra prácticamente oculto por su cabello, en su cabeza un sombrero rojo, el cual según Chevalier (1986) es en cuanto a tocado, símbolo de la cabeza y el pensamiento, y además tiene connotaciones masculinas, y en su cintura un cinturón muy brillante, siendo que el diamante plantea que es por excelencia símbolo de la perfección, luminosidad y soberanía.

Con respecto a su postura corporal, además de encontrarse sentada de un modo muy particular y artificial, mientras que uno de sus brazos se dirige a su cabeza, más precisamente se encuentra agarrando el sombrero que lleva puesto, su otra mano se encuentra sobre su cintura. Sus piernas se encuentran levemente cruzadas, y en sus pies lleva zapatos de taco fino y alto, que según el mismo autor, muchos interpretes han hecho de este símbolo uno de carácter sexual, por su relación con el pie (símbolo fálico).

Con respecto a la expresión de su rostro, levemente inclinado hacia abajo haciendo énfasis en su fuerte mirada, esboza una amplia sonrisa y lleva notorio maquillaje. Su cabello moreno se encuentra sin demasiada producción, "al natural".

Un detalle no menor es el entorno en el cual se sitúa, que no aporta color, ya que mientras que las paredes son blancas, el resto de los elementos metálicos tiene coloración grisácea. En la construcción, de aspecto moderno, solo resaltan una viga central sobre la cual reposa la figura, aberturas de fondo y una malla del mismo material metálico que apenas se aprecia.

Además, se observa un signo de admiración de grandes

dimensiones al costado derecho utilizado para enmarcar un titular, que no resalta debido al poco contraste que presenta con el entorno, que junto al único trazo que enmarca el titular inclinado, pareciera estar dibujada a mano, lo que connota informalidad y desestructura la composición.

7.5.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo femenino y relación entre géneros

Se podría decir que la portada de la revista plantea un tipo de mujer funcional-moderna, en la que priman atributos como el gozo, la comodidad, tendencia, en la cual no se hace alusión a su vida laboral y sexual, sin dejar de lado la mujer tradicional cuando se hace referencia al tejido y a su abocamiento a tareas del hogar, y a la trasgresión cuando se habla directamente de una relación mujer – automóvil.

Con respecto a la relación entre géneros, se presenta una relación paritaria explícita, sobre todo cuando se relaciona a la mujer con el automóvil, aunque directamente no se hace alusión al sexo masculino en el contenido de la portada a través de los signos gráficos presentes en ella.

7.6- PIEZA N° 6: PORTADA DE REVISTA "PARATI" II

N° 4902 / 4-10 de julio 2016

EUGENIA AGUILAR + colorado + PASTELES + TECHIES

parati

1-7-2016
N° 4902

Sumale color al gris

el perfume potencia tu marca personal

Paul Andrew
STAR SHOES
celebs a sus pies

ARTESANAL
MANTA XXL
hacé la tuya

REVOLUCIONATE
Mini batallas interiores para darle un vuelco a tu vida. Cambiá hábitos y emociones.

parati.com.ar

CABA Y SAS \$ 45. RECARGO IMPORTE EN ERKIP E 2, UN R. 100. E 150. EN CORRIENTES Y RESQUEN SE ENTREGA CON LOS CARGOS ELUTORAL Y LA MARIANA. PROHIBIDA SU VENTA POR SEPARADO.

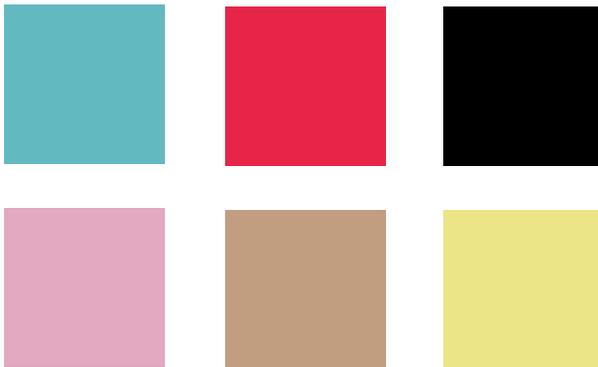
7.6.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar cuatro planos que conforman la pieza gráfica: el primero es aquel compuesto por todos los signos lingüísticos (menos el logotipo ubicado en la parte superior de la composición), el segundo una fotografía, luego el logotipo de la revista y por último el fondo.

Se observa por un lado la presencia de texturas listas en la mayoría de los elementos, mientras que en la fotografía se observan estampas variadas en la vestimenta del sujeto que generan un gran contraste entre sí.

El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad y es percibido como propio naturalmente de los elementos coloreados. Como se puede advertir, la paleta cromática de la portada, la misma está compuesta por una predominancia de los colores celeste, rojo y negro, y detalles de colores en tono pastel rosa, beige y amarillo.



Por un lado, el rojo connota energía y pasión, mientras que el azul claro es el símbolo de la pureza y tranquilidad, provocando sensación de placidez. Combinados con el resto de la gama de colores pasteles, transmiten sensación de frescura, vitalidad y tranquilidad.

En cuanto a las tipografías, las utilizadas son dos: en su mayoría de palo seco humanistas, ya que se observa una estructura geométrica de los caracteres, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales, y en una ocasión se utiliza una tipografía de escritura manual, de trazo libre, lo cual aporta una connotación informal y descontracturada. Además, se utilizan caracteres en mayúscula en palabras que se quieren resaltar, aportando mayor expresividad.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la marca de la revista siendo tapada en parte por la fotografía, y a su vez

ésta teniendo por encima algunos signos lingüísticos correspondientes a los titulares, es decir que hay una superposición de elementos que dota a la composición de profundidad y dinamismo, aunque la significación de cada elemento por separada no se ve alterada.

Por otro lado, uno de los titulares posee una cierta inclinación con respecto al resto de los elementos que se encuentran en posición horizontal, y junto con él un signo de exclamación por detrás, lo también aporta a lograr cierto dinamismo en la pieza.

Elementos escalares

La imagen fotográfica de la mujer es el elemento dentro de la composición que mayor dimensión tiene, junto con el logotipo de la revista.

El formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

En cuanto a los elementos que componen la fotografía, se observa una figura femenina que se encuentra de pie, y no se observan más elementos en la escena salvo un fondo pleno de color.

Con respecto a la iluminación, la misma se sitúa al frente del objeto fotografiado, iluminando por completo la figura.

Se utiliza un plano americano, el cual encuadra desde la cabeza hasta las rodillas, para de este modo permitir al lector aproximarse al personaje y hacer énfasis en la expresividad de su rostro y posición corporal, además se encuentra ubicada siguiendo la regla fotografía de los tercios hacia el margen izquierdo de la página, lo cual ubica en el foco de atención y permite a su alrededor disponer el resto de los elementos.

7.6.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

En la imagen podemos encontrar dos tipos de signos. Los primeros, de sustancia lingüística, entre los que se encuentra el logotipo de la revista sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, que en su centro queda tapada por el elemento fotográfico, aunque ello no afecta su capacidad de significar, ya que debido a su trayectoria en el mercado la identidad se ha convertido en un signo.

Por debajo de él, y hacia el costado derecho y en un ta-

maño tipográfico muy pequeño se lee la fecha y número de edición de la revista.

Distribuidas alrededor del sujeto fotografiado, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se encuentran en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma.

En este caso no se observa que abunden las formas como los pronombres en primera persona, sino algún que otro titular en segunda persona que se puede considerar como diálogo informal, el cual funciona a modo de recomendación. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

<p><i>"REVOLUCIONATE. Mini batallas interiores para darle un vuelco a tu vida. Cambiá hábitos y emociones"</i> Sugiere acciones para cambiar la vida sus lectores mediante la mejora de hábitos y emociones.</p>
<p><i>"El perfume. Potenciá tu marca personal"</i> Consejos sobre cómo utilizar el perfume de acuerdo a nuestra personalidad.</p>
<p><i>"Sumale color al gris"</i> Brinda consejos de moda, en este caso sobre combinación de colores.</p>
<p><i>"Paul Andrew. STAR SHOES. Celebs a sus pies"</i> Nota sobre un personaje famoso diseñador de zapatos a nivel internacional.</p>
<p><i>"ARTESANAL MANTA XXL hacé la tuya"</i> El hecho de tejer se asocia tradicionalmente como una tarea exclusivamente femenina, que sitúa a la mujer en el hogar.</p>
<p><i>"EUGENIA AGUILAR + colorado + PASTELES + TECHIES"</i> Notas varias sobre un personaje famoso, colores de moda, y tecnología.</p>

En el margen inferior izquierdo se aprecia el precio de venta y distribución de la revista a nivel nacional, en un tamaño pequeño que pasa inadvertido.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. En este caso, para ser descifrado no exige más conocimiento que el de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país.

Palabras clave:

Revolucionate / Marca persona / Celebs / Hacé tu manta / Techies

Por otro lado se encuentran los signos icónicos. En primera instancia se observa una joven mujer, que a pesar de no ser reconocida a simple vista como una personalidad famosa, seguramente sea modelo por su belleza fácil y su delgado y estilizado cuerpo, que se aprecia a pesar de la holgada vestimenta que lleva puesta.

La joven se encuentra de pie, en una posición relajada y casual, haciendo con un dedo de su mano derecho la señal de silencio, la cual acompaña con la gesticulación de su rostro y esbozo de sonrisa. Su cabello, castaño claro y de largo hasta los hombros, se encuentra alborotado y acompañando el movimiento de su cuerpo.

Con respecto a la vestimenta que luce, la misma presenta una combinación de texturas en sus prendas. En la parte superior lleva un sweater holgado escote redondo y a la base a rayas y lunares, y debajo se asoma lo que parece una falda floreada, mientras que no se observa ningún accesorio ni zapatos debido al plano de la fotografía.

Un detalle a tener en cuenta, es que su vestimenta proyecta que el foco no está en el cuerpo de la mujer, ya que no permite lucirlo ni deja al descubierto su piel, más bien radica en su expresión que luce jovial, relajada y feliz.

Detrás de ella, se observa un pleno de color celeste, lo que refuerza el protagonismo de la mujer al establecer un marcado contraste entre los elementos. Además, se observa un trazo que pareciera estar dibujado a mano, lo que connota informalidad y desestructura la composición.

7.6.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo femenino y relación entre géneros

Se podría decir que la portada de la revista plantea un tipo de mujer funcional-moderna, en la que priman atributos como moda, buenos hábitos, tendencia, tecnología, en la cual no se hace alusión a su vida laboral y sexual, sin dejar de lado la mujer tradicional cuando se hace referencia al tejido.

Con respecto a la relación entre géneros, no se presenta una sumisión o dominación de parte de alguno de ellos, por lo que podría tratarse una relación paritaria explícita, aunque prácticamente no se hace alusión al sexo masculino en el contenido de la portada a través de los signos gráficos presentes en ella.

Grupo 2

Revistas dirigidas a hombres



7.7- PIEZA N° 7: PORTADA DE REVISTA "PLAYBOY" I

Año 10 - N° 123 / Abril 2016



7.7.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar tres planos que componen la pieza gráfica: el primero es aquel conformado por todos los signos lingüísticos (menos el logotipo de la revista ubicada en la parte superior de la composición), el segundo una fotografía con una mujer como elemento principal, y por último el logotipo.

Se observa una textura, la de la manta, que al tacto sería muy suave, y con respecto al color en éste caso se trata de uno realista, ya que es fiel a las formas de la realidad y es percibido como propio naturalmente de los elementos coloreados.

Con respecto a la paleta cromática de la portada, está compuesta por una gama de colores tierra, del más claro al más oscuro, la cual aporta calidez a la composición.



Como se puede advertir, el color predominante en la pieza es el marrón, el cual es "realista" por excelencia, seguramente porque se asocia a la tierra que uno pisa. Tiene connotaciones masculinas y confortables, y brinda una impresión de equilibrio.

Por otro lado, el blanco trasmite pureza, limpieza, paz e infinitud. Su connotación es siempre positiva y expresa sencillez.

Por su parte, las tipografías utilizadas son dos: en su mayoría de palo seco neogrotescas, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales, y en algunas ocasiones de escritura manual, de trazo libre, lo cual aporta una connotación más naif, informal y descontracturada.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la marca de la revista siendo tapada en parte por la fotografía, y a su vez ésta teniendo por encima algunos signos lingüísticos correspondientes a los titulares, es decir que se encuentra una superposición de elementos que dota a la composición de profundidad y dinamismo, aunque la significación de cada elemento por separada no se ve alterada.

Elementos escalares

La imagen fotográfica de la mujer es el elemento dentro de la composición que mayor dimensión tiene, junto con el logotipo de la revista y uno de los titulares que se refiere al nombre de la mujer fotografiada.

El formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina, que se encuentra sentada en un determinado contexto. No se observan más elementos que ella y una manta que reposa sobre su regazo.

Con respecto a la iluminación, la misma es suave y cálida, la cual brinda tonos más apagados y menos contraste, y cuyo resplandor parece luz diurna. Además, el hecho de que así sea aporta sensación de misterio y sensualidad. Mediante un plano entero, también llamado "plano figura", se encuadra justamente la figura entera del sujeto a tomar, desde sus pies a cabeza, lo cual permite situarla en un contexto que aporte significación a la composición.

7.7.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

Por un lado se logran identificar signos lingüísticos, entre los que se encuentra el logotipo de la revista sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, debajo del elemento fotográfico, aunque ello no afecta su capacidad de significar. Debajo de ella y sobre el lado derecho, se observa información en una escala reducida sobre la presente edición.

Distribuidas a lo largo de la página y sobre los márgenes izquierdo y superior, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se ubican en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma. Incluso, en el caso de "Kate Panamá al descubierto", éstos signos juegan un papel importante al cumplir el rol de elementos que censuran una parte de la fotografía intencionalmente.

Se leen los siguientes titulares:

"Entrevista Billy Bond. Historias extraordinaria"
Entrevista a uno de los pioneros del rock argentino.

<p><i>"Kate. Panamá al descubierto"</i> Se utiliza esta frase metafóricamente, ya que mientras Kate es de origen panameño, la palabra al descubierto no sólo hace mención a las entrevistas que contendrá en el interior la revista, sino también a que se encuentra desnuda.</p>
<p><i>"20 preguntas Agustín Creevy. De Los Pumas a Los Jaguares"</i> Nota con contenido sobre un rugbier reconocido del plantel argentino. Este deporte es de contacto y grupal, y aunque algunas mujeres lo practican, es característicamente masculino, ya que es fuerte, agresivo y violento. Tales atributos son los que se le adjudican a sus jugadores.</p>
<p><i>"Perfil Eduardo Constantini. El hombre que quería vivir en la tierra"</i> Nota sobre un reconocido empresario y millonario argentino, economista y coleccionador de arte.</p>
<p><i>"Lifestyle Comer: Viva la carne"</i> Nota referida quizás a lugares donde comer buena carne. Si pensamos en símbolos que representen a Argentina, el asado es uno de ellos, y junto con él la carne. Además, quien suelen realizar su cocción son "asadores" de género masculino, y son ellos quienes tiene la costumbre de comerlo junto a amigos, por ejemplo después de partidos de fútbol.</p>
<p><i>"Lifestyle Beber: Alto malbec"</i> Nota referida al vino malbec, cepa principal de Argentina. A pesar de estar el vino asociado simbólicamente a la iglesia, podría decirse que más allá de eso un copa de vino connota status, elegancia y sensualidad, además de que su ingesta está prohibida para menores de 18 años, por lo que sugiere además que la revista se dirige a un público mayor de edad.</p>
<p><i>"Lifestyle Autos: El nuevo Pagani"</i> Nota sobre Pagani, un fabricante italiano de automóviles deportivos de altísima gama.</p>
<p><i>"Vida y obra del dueño de la colección de papeles de LSD más grande del mundo"</i> Siendo el LSD un droga psicodélica, este titular nos habla de un revista dirigida a lectores de mente muy abierta. De todos modos, este titular se ubica en una de las zonas menos visible, quizás intencionalmente, al ser un tema polémico.</p>

En el margen inferior derecho se observa un código QR, el cuál funciona como símbolo que traspola la revista con otros medios, lo cual connota que la revista es moderna y se adecúa a los avances tecnológicos. El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. Para ser descifrado no exige más conocimiento que el

de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país.

Palabras clave:

Pumas / Al descubierto / Carne / Malbec / Autos / LCD

En lo que respecta a los signos icónicos, en primera instancia se observa una mujer panameña de tez oscura, Kate Rodríguez, que tuvo apariciones en programa argentinos demostrando su faceta de bailarina profesional y modelo.

La mujer se encuentra sentada sobre una alfombra, de piernas cruzadas, y completamente desnuda. Con respecto a ello, plantea Chevalier (1986) que la desnudez del cuerpo en occidente aparece frecuentemente como signo de sensualidad.

La posición de sus piernas y brazos es tal, que permite tapar sus partes íntimas para que no queden completamente al descubierto pero si insinuadas, hecho que se ve reforzado por uno de los titulares que se sitúa justo en el lugar donde se sitúan sus lolas, a modo de censura, y la manta que tiene en su regazo.

Con respecto a la expresión de su rostro, su boca se encuentra entreabierta, lo cual connota sensualidad, y su mirada al frente se dirige puntualmente al lente de la cámara. Lleva su cabello rizado y oscuro al natural y despeinado, recordando a la melena de un león, lo cual connota salvajismo.

La mujer se encuentra mostrando en toda su extensión su piel morena desnuda y perfecta, luciendo un cuerpo esbelto, torneado y voluptuoso, llevando únicamente en su rostro maquillaje y en su pies zapatos de taco fino y alto, que según el mismo autor mencionado anteriormente, muchos interpretes han hecho de este símbolo uno de carácter sexual, por su relación con el pie (símbolo fálico).

Además, el único elemento que se añade a la escena además del personaje, es una manta que lleva en su regazo, la cual cumple la función de censurar, como se mencionó anteriormente. La misma, pareciera ser el pelaje de algún animal o un símil, que por su textura connota suavidad y placer al tacto.

Detrás de ella, se observan únicamente las paredes de una habitación. En su conjunto, podría decirse que como portada se utiliza una personalidad del sexo opuesto, que instaura un juego de seducción hacia el género masculino, a partir de los elementos que hacen la composición, pero sin caer en la vulgaridad al no mostrar un desnudo explícito, cuando la temática de la revista no es puramente de carácter sexual, sino de interés general. Además, no se tiene en cuenta las diversas preferencias sexuales que los hombres pudieran tener, sino que se dirigen a un público únicamente heterosexual.

7.7.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo masculino y relación entre géneros

Si realizáramos una categorización sobre el tipo de hombre que plantea la revista, de acuerdo a los estereotipos que Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel (2007) establecen pero en este caso aplicado al género masculino, podría decirse que la portada de la revista plantea un tipo de hombre tradicional, en el que los atributos que sobresalen son fortaleza, agresividad, competencia, masculinidad. El hombre se presenta como un "yo".

Con respecto a la relación entre géneros, se plantea una relación dominante implícita, en la que la dominación no está planteada de modo literal sino que se manifiesta en la estructura interna del mensaje. En este caso, la figura de la mujer desnuda, a disponibilidad el hombre, se comporta de manera sumisa ante este.

7.8- PIEZA N° 8: PORTADA DE REVISTA "PLAYBOY" II

Año 10 - N° 118 / Noviembre 2015



7.8.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar tres planos que componen la pieza gráfica: el primero es aquel conformado por todos los signos lingüísticos (menos el logotipo que se encuentra ubicado en la parte superior de la composición), el segundo una fotografía con una mujer como elemento principal, y por último el logotipo de la revista.

Se observa un predominio de texturas lisas, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: amarillo, beige y negro.



El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad, y naturalista/exaltado, ya recurre al impacto visual en algunos de los elementos coloreados usando un máximo de saturación, como es el caso de la marca de la revista.

Ya que el color amarillo es el más luminoso, cálido, ardiente, estimulante y expansivo, sirve como llamador de atención, al estar coloreando la marca que se ubica en la parte superior de la página, e invita a continuar haciendo un recorrido con la vista por el resto de los elementos.

El color beige que se encuentra de fondo, posee connotaciones masculinas y confortables, y brinda una impresión de equilibrio, mientras que el negro sugiere elegancia y misterio.

Por su parte, las tipografías utilizadas son en su mayoría de palo seco, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, siendo en la composición meramente funcionales.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la marca de la revista siendo tapada en parte por la fotografía, y a su vez ésta teniendo por encima algunos signos lingüísticos correspondientes a los titulares, es decir que se presenta una superposición de elementos que dota a la composición de profundidad y dinamismo, aunque la significación de cada elemento por separada no se ve alterada.

Elementos escalares

La imagen fotográfica de la mujer es el elemento dentro de la composición que mayor dimensión tiene, junto con el logotipo de la revista.

El formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina, que se encuentra de pie en el centro de la página. Al no poseer un fondo, es decir que la mujer no se encuentra en un determinado entorno que detrás presenta un pleno de color, el centro de interés radica solo en ella ya que no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones.

Con respecto a la iluminación, la misma lateral/frontal y cálida, lo cual genera un juego de sombras interesante en ambos lados de su cuerpo y en la pared de fondo.

Pese a que la regla de los tercios indica que los 4 puntos de intersección son los que mayor atención recibirán del espectador, en este caso el encuadre se encuentra centrado, generando una imagen más simplista y dotándola de todo el protagonismo, por sobre el resto de los elementos de la composición y estableciendo un recorrido de la vista de arriba hacia abajo (culturalmente y por cuestiones de lectura, acostumbramos a mirar de arriba abajo y de izquierda a derecha).

Se utiliza un plano americano, el cual encuadra desde la cabeza hasta las rodillas, para de este modo permitir al lector aproximarse al personaje y hacer énfasis en la expresividad de su rostro.

7.8.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

Se advierten en la portada signos lingüísticos, entre los que encontramos el logotipo de la revista sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, debajo del elemento fotográfico, aunque ello no afecta su capacidad de significar. Debajo de ella y sobre el costado izquierdo, se observa información en una escala reducida sobre la presente edición.

Distribuidas a lo largo de la página y sobre los márgenes izquierdo y superior, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se ubican en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la

misma. Incluso, en el caso de la palabra “MALASPINA”, ésta juega un papel importante al encontrarse censurando una parte de la fotografía intencionalmente. Además, se utilizan caracteres en mayúscula en palabras que se quieren resaltar, aportando mayor expresividad. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

<p><i>“ROMINA MALASPINA desnuda en la casa”</i> Ya que esta chica se hizo famosa a partir de su paso por el reality show Gran Hermano Argentina 2015, se transmite una doble significación en el titular, haciendo alusión también a tal hecho.</p>
<p><i>“Entrevista Sergio Denis. El ídolo de los bronceados”</i> Entrevista a un famoso cantautor argentino, que se caracteriza por un bronceado contante en su rostro, el cual contrasta con su canosa cabellera.</p>
<p><i>“20 preguntas Daniel Radcliffe. Harry Potter y el enigma de la madurez”</i> En este caso, quizás se hace alusión al famoso dicho que los hombre nunca maduran.</p>
<p><i>“Lifestyle Beber: Burbujas en ascenso”</i> Nota refería al champagne, bebida alcoholica que connota lujos, status y celebración, cuya ingesta está prohibida para menores de 18 años, por lo que sugiere además que la revista se dirige a un público mayor de edad.</p>
<p><i>“Lifestyle Autos: Vanguardia japonesa”</i> Nota sobre nuevos modelos de automóviles provenientes de Japón.</p>
<p><i>“VIH hoy: postales de la domesticación del virus más famoso del siglo XX”</i> Este titular se ubica en una de las zonas menos visible, quizás intencionalmente, al ser un tema polémico. Este virus hace referencia a un tema sexual, ya que su transmisión es por esa vía.</p>

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. Para ser descifrado no exige más conocimiento que el de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país.

Palabras clave:

Desnuda / Madurez/ Burbujas/ Vanguardia / VIH

En lo que respecta a los signos icónicos, se observa una joven mujer, Romina Malaspina, que se encuentra de pie en el centro de la página. Tal como se mencionó

anteriormente, se hizo famosa entre los consumidores de televisión a partir de su paso por el reality show Gran Hermano Argentina 2015.

La joven se encuentra posando completamente desnuda y con respecto a ello, plantea Chevalier (1986) que la desnudez del cuerpo en occidente aparece frecuentemente como signo de sensualidad. La posición de su cabello es tal, que permite tapar sus partes íntimas para que no queden completamente al descubierto pero si insinuadas, hecho que se ve reforzado por uno de los titulares que se sitúa justo en el lugar donde se sitúan sus lolas, a modo de censura.

Con respecto a la expresión de su rostro, su boca se encuentra entreabierta, lo cual connota sensualidad, y su mirada al frente se dirige puntualmente al lente de la cámara.

La mujer luce un cuerpo voluptuoso, con curvas, que no es la típica figura de modelo, llevando únicamente en su rostro maquillaje que acentúa su mirada y como accesorios unas pulseras y una gorra en su cabeza que lleva el símbolo distintivo de los Yankees de New Work, un equipo de béisbol profesional de las Grandes Ligas de Estados Unidos.

Detrás de ella, se observan únicamente las paredes de una habitación. En su conjunto, podría decirse que como portada se utiliza una personalidad del sexo opuesto, que instaura un juego de seducción hacia el género masculino, a partir de los elementos que hacen a composición, sin caer en una total vulgaridad, cuando la temática de la revista no es puramente de carácter sexual, sino de interés general. Además, no se tiene en cuenta las diversas preferencias sexuales que los hombres pudieran tener, sino que se dirigen a un público únicamente heterosexual.

7.8.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo masculino y relación entre géneros

Si realizáramos una categorización sobre el tipo de hombre que plantea la revista, de acuerdo a los estereotipos que Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel (2007) establecen pero en este caso aplicado al género masculino, podría decirse que la portada de la revista plantea un tipo de hombre tradicional, en el que los atributos que sobresalen son fortaleza, agresividad, competencia, sexualidad, masculinidad. El hombre figura como un “yo”.

Con respecto a la relación entre géneros, se plantea una relación dominante implícita, en la que la dominación no está planteada de modo literal sino que se manifiesta en la estructura interna del mensaje. En este caso, la figura de la mujer desnuda, a disponibilidad el hombre, se comporta de manera sumisa ante este.

7.9- PIEZA N° 9: PORTADA DE REVISTA "HOMBRE" I

Año 12 - N° 153 / Abril 2016



7.9.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar tres planos que componen la pieza gráfica: el primero es aquel conformado por todos los signos lingüísticos, el segundo una fotografía con una mujer como elemento principal, y por último el fondo.

Se observa un predominio de texturas lisas, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: rojo, gris y blanco.



El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad, y naturalista/exaltado, ya recurre al impacto visual en algunos de los elementos coloreados usando un máximo de saturación, como es el caso del color rojo, utilizado para resaltar algunos elementos entre los que se encuentran la marca de la revista. Mientras que el rojo es el color de la sangre, la pasión, el amor y el fuego, que expresa la sensualidad, sexualidad y agresión, el negro sugiere oscuridad y misterio, y al igual que el blanco, combina con cualquier otro color. Por su parte, las tipografías utilizadas son en su mayoría de palo seco, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, siendo en la composición meramente funcionales.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la fotografía teniendo por encima algunos signos lingüísticos correspondientes a los titulares, es decir que hay una superposición de elementos que dota a la composición de profundidad y dinamismo, aunque la significación de cada elemento por separada no se ve alterada.

Elementos escalares

La imagen fotográfica de la mujer es el elemento dentro de la composición que mayor dimensión tiene, y el formato de la revista de carácter descriptivo, está dado por el ratio corto que presenta la hoja, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina, que se encuentra de pie en el centro de la página. Como fondo, no se alcanza a dilucidar en qué consiste el elemento que tiene justo detrás, debido al poco contraste que presenta con el fondo, por lo que el centro de interés radica solo en ella ya que no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones.

Con respecto a la iluminación, la misma frontal y directa, lo que produce sombras más oscuras y acentuadas que permiten lucir cada músculo de su cuerpo.

Pese a que la regla de los tercios indica que los 4 puntos de intersección son los que mayor atención recibirán del espectador, en este caso el encuadre se encuentra centrado, generando una imagen más simplista y dotándola de todo el protagonismo, por sobre el resto de los elementos de la composición y estableciendo un recorrido de la vista de arriba hacia abajo (culturalmente y por cuestiones de lectura, acostumbramos a mirar de arriba abajo y de izquierda a derecha).

Se utiliza un plano americano, el cual encuadra desde la cabeza hasta las rodillas, para de este modo permitir al lector aproximarse al personaje y hacer énfasis en la expresividad de su rostro.

7.9.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

Se advierten en la portada signos lingüísticos, entre los que encontramos el isologotipo de la revista sobre el margen superior derecho, el cual consiste en un logotipo "Hombre" y su isotipo que es este caso es una letra "H", dejando bien en claro a que público está destinada esta publicación. Debajo de ella y sobre el costado izquierdo, se observa información en una escala reducida sobre la presente edición.

Distribuidas a lo largo de la página y sobre los márgenes izquierdo, derecho y superior, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se ubican en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma.

Además, se utilizan únicamente caracteres en mayúscula, lo cual aporta mayor expresividad a la composición, y a tal recurso se añaden líneas que cumplen la función de subrayar la principal de cada título y elementos, como un círculo rojo, que enmarcan otros. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

<p><i>"DARK BARBY. UN MINUTO DE SILENIO"</i> Se establece un juego de palabras con el nombre de la mujer fotografiada. Mientras que la palabra "dark" pertenece al idioma inglés, la misma tiene connotaciones negativas por el color al cual alude.</p>
<p><i>"COCINA NÓRDICA. COMÉ COMO UN VIKINGO"</i> El hecho de comer como un vikingo, hace alusión en primer lugar al origen de ese tipo de comidas, pero también el hecho de parecerse ellos aporta connotaciones como fortaleza, rudeza, masculinidad.</p>
<p><i>"DOSSIER MEDIEVAL. DE JUEGO DE TRONOS A LOS CABALLEROS CORDOBESES"</i> En este caso, quizás se hace alusión al famoso dicho que los hombres nunca maduran.</p>
<p><i>"SHOP. COLECCIONES INVERNALES"</i> Hace referencia a moda de invierno para hombres.</p>
<p><i>"VENÍ A VER CLOVERFIELD"</i> Cloverfield es una nueva película de suspenso y ciencia ficción, seguramente la nota la este promocionando para que los lectores vayan al cine a verla.</p>
<p><i>"10 CONTRAS DE UBER"</i> Se establece un análisis de los puntos en contra que posee la empresa internacional de transporte privado, principal rival de taxis.</p>

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje es la lengua española, aunque en ciertas ocasiones se utilizan vocablos o frases constituidas en idioma inglés, lo cual para ser descifrado exige más conocimiento que el de la escritura y del idioma oficial escrito y hablado en el país.

Palabras clave:

Caballeros / Dark/ Vikingo / Shop

En lo que respecta a los signos icónicos, se observa una mujer, Barby Silenzi, que se encuentra de pie en el centro de la página. La misma, se desempeña como bailarina y actualmente participa en el reality show Bailando por un Sueño.

La joven se encuentra posando completamente desnuda y con respecto a ello, plantea Chevalier (1986) que la desnudez del cuerpo en occidente aparece frecuentemente como signo de sensualidad. La posición de su cabello es tal, que permite tapar una de sus lolas aunque no del todo, no quedando completamente al descubierto pero si insinuada, mientras que la posición de su brazo derecho es tal, que también funciona a modo de censura. Por otro lado, también utiliza una manta de piel con el mismo objetivo, la cual pareciera ser el pelaje

de algún animal o un símil, que por su textura connota suavidad y placer al tacto.

Mientras que su cuerpo no se encuentra totalmente de frente, sus piernas y su boca se encuentran entreabiertas, lo cual connota sensualidad, y su mirada al frente se dirige puntualmente al lente de la cámara.

La mujer luce un cuerpo voluptuoso, con curvas y músculos marcados en su abdomen y brazo, y sus lolas lucen artificiales. Lleva en su rostro maquillaje que acentúa sus labios y como accesorios un collar metálico y pulseras en su muñeca.

Detrás de ella, se observan únicamente las paredes grises de una habitación y un elemento color negro que debido al poco contraste que establece con la pared, no se logra dilucidar en qué consiste y por tal motivo tampoco aporta significación. En su conjunto, podría decirse que como portada se utiliza una personalidad del sexo opuesto, que instaura un juego de seducción hacia el género masculino, a partir de los elementos que hacen a composición, sin caer en una total vulgaridad, cuando la temática de la revista no es puramente de carácter sexual, sino de interés general. Además, no se tiene en cuenta las diversas preferencias sexuales que los hombres pudieran tener, sino que se dirigen a un público únicamente heterosexual.

7.9.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo masculino y relación entre géneros

Si realizáramos una categorización sobre el tipo de hombre que plantea la revista, de acuerdo a los estereotipos que Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel (2007) establecen pero en este caso aplicado al género masculino, podría decirse que la portada de la revista plantea un tipo de hombre tradicional, en el que los atributos que sobresalen son fortaleza, agresividad, competencia, sexualidad, masculinidad. El hombre figura como un "yo". Con respecto a la relación entre géneros, se plantea una relación dominante implícita, en la que la dominación no está planteada de modo literal sino que se manifiesta en la estructura interna del mensaje. En este caso, la figura de la mujer desnuda, a disponibilidad el hombre, se comporta de manera sumisa ante él.

7.10- PIEZA N° 10: PORTADA DE REVISTA "HOMBRE" II

Año 12 - N° 152 / Marzo 2016

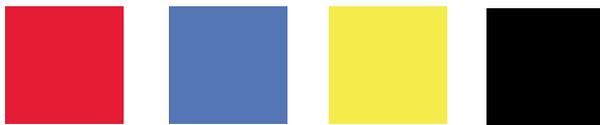


7.10.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar tres planos que componen la pieza gráfica: el primero es aquel conformado por todos los signos lingüísticos, el segundo una fotografía con una mujer como elemento principal, y por último el fondo.

Se observa un predominio de texturas lisas, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: rojo, azul, amarillo y negro.



El color en éste caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad, y naturalista/exaltado, ya recurre al impacto visual en algunos de los elementos coloreados usando un máximo de saturación, como es el caso del color amarillo, utilizado para resaltar algunos elementos tipográficos.

Mientras que el rojo es el color de la sangre, la pasión, el amor y el fuego, que expresa la sensualidad, sexualidad y agresión, el negro sugiere oscuridad y misterio. Junto con el azul y el amarillo, estos colores se asocian a Superman, concepto que posteriormente se procederá a analizar.

Por su parte, las tipografías utilizadas son en su mayoría de palo seco, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la fotografía teniendo por encima algunos signos lingüísticos correspondientes a los titulares, es decir que hay una superposición de elementos que dota a la composición de profundidad y dinamismo, aunque la significación de cada elemento por separada no se ve alterada.

Por otro lado, uno de los titulares posee una cierta inclinación con respecto al resto de los elementos que se encuentran en posición horizontal, lo que también aporta a lograr cierto dinamismo en la pieza.

Elementos escalares

La imagen fotográfica de la mujer es el elemento dentro de la composición que posee mayor tamaño, incluso

parte de su figura sobrepasa el margen superior. En lo que respecta al formato de la revista, el mismo es de carácter descriptivo, debido al ratio corto que presenta la hoja, es decir que prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

La fotografía está compuesta por una figura femenina, que se encuentra en el centro de la página, la cual pareciera estar arrodillada sobre una superficie. Al no poseer un fondo, es decir que la mujer no se encuentra en un determinado entorno que detrás presenta un pleno de color, el centro de interés radica solo en ella ya que no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones.

Con respecto a la iluminación, la misma es frontal y directa, lo que produce sombras oscuras y acentuadas que permiten lucir cada músculo de su cuerpo.

Pese a que la regla de los tercios indica que los 4 puntos de intersección son los que mayor atención recibirán del espectador, en este caso el encuadre se encuentra centrado, generando una imagen más simplista y dotándola de todo el protagonismo, por sobre el resto de los elementos de la composición y estableciendo un recorrido de la vista de arriba hacia abajo (culturalmente y por cuestiones de lectura, acostumbramos a mirar de arriba abajo y de izquierda a derecha).

Se utiliza un plano americano, el cual encuadra desde la cabeza hasta las rodillas, para de este modo permitir al lector aproximarse al personaje y hacer énfasis en la expresividad de su rostro.

7.10.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

Se advierten en la portada signos lingüísticos, entre los que encontramos el isologotipo de la revista sobre el margen superior derecho, el cual consiste en un logotipo "Hombre" y su isotipo que en este caso es una letra "H", dejando bien en claro a que público está destinada esta publicación. Debajo de ella y sobre el costado izquierdo, se observa información en una escala reducida sobre la presente edición.

Distribuidas a lo largo de la página y sobre los márgenes izquierdo, derecho y superior, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se ubican en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma.

Además, se utilizan únicamente caracteres en mayúscula,

lo cuál aporta mayor expresividad a la composición. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

<p><i>"SUPER MORA. + TOP 10 HEROÍNAS"</i> Se establece una relación entre las mujeres y las heroínas, titular que se encuentra acompañado por la fotografía de la portada.</p>
<p><i>"SUPER YO. PRESENTE PERFECTO. TIPS PARA SER EL HÉROE DE TU VIDA"</i> El héroe simboliza la unión de las fuerzas celestes y terrenas, y es propio de él estar dotado con una fuerza física poco común y una destreza extraordinaria. Su correspondiente clásico es Heracles, con el que presenta numerosos parecidos físicos, como la fuerza física, juventud, belleza, destreza e inteligencia. Además, la primera victoria del héroe es la que obtiene sobre sí mismo, lo cual está íntimamente relacionado al titular (Chevalier, 1986).</p>
<p><i>"REPOS. EMINEM Y VAN DAMME"</i> Reportajes a un cantante de rap y a un actor de cine experto en karate, ambos de origen internacional.</p>
<p><i>"GUÍAS. ENTRE PANES. LAS MEJORES HAMBURGUESAS GOURMET"</i> Consejos sobre dónde se puede comer las mejores hamburguesas. La palabra gourmet connota que son para una persona con gusto delicado y de exquisito paladar.</p>
<p><i>"SHOP. 20 REMERAS COMIQUERAS"</i> Hace referencia a moda masculina, más precisamente a remeras con comics.</p>
<p><i>"AVANT: LONDRES BAJO FUEGO"</i> En este caso se promociona una película de suspense que se encuentra en cartelera de cine.</p>
<p><i>"MMA TRAINING"</i> Rutinas de artes marciales mixtas, que trabaja la fuerza y resistencia. Este tipo de entrenamiento está diseñado para que sea tan agotador física como mentalmente, para que los luchadores desarrollen la fuerza mental necesaria para sostener un combate agotador. Es un deporte de "machos".</p>

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. Para ser descifrado no exige más conocimiento que el de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país

Palabras clave:

Heroínas / Presente perfecto/ Héroe de tu vida / Gourmet

En lo que respecta a los signos icónicos, se observa una mujer, Magalí Mora, que se encuentra de pie en el centro de la página de rodillas sobre alguna superficie con las piernas separadas. La misma no es reconocida por su labor profesional, sino por escándalos y mostrarse con poca ropa en la televisión.

La joven se encuentra luciendo poca ropa, la cual consiste en una remera recortada de tal forma que sus proporciones se reducen y permite que sus lolas se asomen por debajo. Se observa que lleva puesto únicamente de la parte inferior su ropa interior, y dada la posición en la que se encuentra, deja al descubierto por completo sus piernas y hace énfasis en sus partes íntimas.

La remera luce una estampa con la insignia de Superman, un superhéroe reconocido, y tal como se mencionó antes, el héroe simboliza la unión de las fuerzas celestes y terrenas, y es propio de él estar dotado con una fuerza física poco común y una destreza extraordinaria. Su correspondiente clásico es Heracles, con el que presenta numerosos parecidos físicos, como la fuerza física, juventud, belleza, destreza e inteligencia (Chevalier, 1986). En este caso, tales atributos son transferibles a la figura femenina.

Con respecto a la expresión de su rostro, su boca se encuentra entreabierta, lo cual connota sensualidad, y su cabeza levemente hacia arriba junto a su mirada de costado, sugiere una actitud sobradora.

Un detalle a tener en cuenta es el tatuaje de gran extensión que posee en su brazo, que junto al piercing en su lola connotan rebeldía. La mujer luce un cuerpo voluptuoso, con curvas y músculos marcados en su abdomen, mientras que sus lolas lucen artificiales.

Lleva en su rostro maquillaje y uñas largas y pintadas, lo cual es símbolo de femineidad.

Detrás de ella, se observan un fondo carente de objetos que aporten significación a la composición. En su conjunto, podría decirse que como portada se utiliza una personalidad del sexo opuesto, en la que el hecho de presentar a una mujer semidesnuda, vistiendo un traje de superheroína, connota el hecho de que podría tratarse de un disfraz que se utiliza para seducir al hombre y no para presentarla como la dominante.

El hecho de que no sea un desnudo completo permite no caer en una total vulgaridad, teniendo en cuenta que la temática de la revista no es puramente de carácter sexual, sino de interés general. Además, no se tiene en cuenta las diversas preferencias sexuales que los hombres pudieran tener, sino que se dirigen a un público únicamente heterosexual.

7.10.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo masculino y relación entre géneros

Si realizáramos una categorización sobre el tipo de hombre que plantea la revista, de acuerdo a los estereotipos que Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel (2007) establecen pero en este caso aplicado al género masculino, podría decirse que la portada de la revista plantea un tipo de hombre tradicional y trasgresor, en el que los atributos que sobresalen son fortaleza, agresividad, competencia, sexualidad, masculinidad, el cuál busca mejorar su presente. El hombre figura como un "yo".

Con respecto a la relación entre géneros, se plantea una relación dominante implícita, en la que la dominación no está planteada de modo literal sino que se manifiesta en la estructura interna del mensaje. En este caso, la figura de la mujer desnuda, a disponibilidad el hombre, se comporta de manera sumisa ante él, mientras que presentarla como súper héroe no lo adjudica tales poderes sino que refuerza su carácter de mujer – objeto.

7.11- PIEZA N° 11: PORTADA DE REVISTA "EL GRÁFICO" I

N° 4467 / Marzo 2016

El Gráfico

MARZO DE 2016

ORTIGOZA 100X100
MARTIN BENITEZ
POSTER DE SAN LORENZO
BAROVERO
FACUNDO PIERES
SANTIAGO CORDERO

Edición N° 4467
\$ 50. Recargo
para el interior: \$ 2
1 de marzo
de 2016
Uruguay \$ 305
Chile \$ 3.400
EE.UU. \$55 11



SEÑOR FUTBOL

Entrevista exclusiva con Lionel Messi. Su gran momento en el Barcelona. La relación con Suárez y Neymar. El recuerdo de la final mundial frente a River. Las expectativas con la Selección.

ingresa a www.elgrafico.com.ar



7.11.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar cuatro planos que conforman la pieza gráfica: el primero es aquel compuesto por todos los signos lingüísticos (menos el logotipo de la revista), el segundo una fotografía de un hombre como elemento principal, por detrás el logotipo y por último un fondo blanco.

Se observa un predominio de texturas en algunos caracteres tipográficos que simulan estar rasgados y gastados, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: verde, blanco y negro. Además, el color en este caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad.



En lo que respecta al verde, evoca el mundo natural, en este caso simbólicamente hace alusión al color verde de la cancha de fútbol, y dada su tonalidad con tendencia hacia el amarillo, cobra una fuerza soleada y activa.

Por su parte, el color blanco utilizado como fondo aporta luminosidad a la composición dota de total protagonismo al resto de los elementos, mientras que el negro se utiliza meramente de manera funcional sin aportar connotaciones aparentemente.

Las tipografías utilizadas son en su mayoría de palo seco, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales. Con respecto al logotipo de la revista, el mismo está realizado con una tipografía de escritura caligráfica.

Elementos dinámicos

Se observa tensión al estar la fotografía teniendo por encima algunos signos lingüísticos correspondientes a los titulares, asimismo ella por encima del logotipo de la revista. Se encuentra una superposición de elementos que dota a la composición de profundidad y dinamismo, aunque la significación de cada elemento por separada no se ve alterada.

Elementos escalares

La imagen fotográfica es el elemento dentro de la composición que posee mayor tamaño y cobra protagonismo.

En lo que respecta al formato de la revista, el mismo es de carácter descriptivo, debido al ratio corto que presenta la hoja, es decir que prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

En este caso la fotografía está compuesta por una figura masculina, que se encuentra de pie en el centro de la página y con una pelota de fútbol en la mano. Al no poseer un fondo, es decir que no se encuentra en un determinado entorno que detrás presenta un pleno de color blanco, el centro de interés radica solo en ella ya que no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones.

Con respecto a la iluminación, la misma frontal y directa, lo que produce sombras oscuras, aunque no es al suficiente como para genera grandes contrastes, luciendo el sujeto poco luminoso en contraste con el fondo blanco de la composición. En este caso, pareciera ser un error de edición más que un objetivo para lograr una significación.

Se utiliza un plano americano, el cual encuadra desde la cabeza hasta las rodillas, para de este modo permitir al lector aproximarse al personaje y hacer énfasis en la expresividad de su rostro y posición corporal, además se encuentra ubicada siguiendo la regla fotografía de los tercios hacia el margen izquierdo de la página la pelota de fútbol, lo cual la ubica en el foco de atención y elemento que aporta gran significación a la composición.

7.11.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

En la imagen podemos encontrar dos tipos de signos. Los primeros, de sustancia lingüística, entre los que se encuentra el logotipo de la revista sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, que en su centro queda tapada por el elemento fotográfico, aunque ello no afecta su capacidad de significar, ya que debido a su trayectoria en el mercado la identidad se ha convertido en un signo.

Por debajo de él, y hacia el costado derecho y en un tamaño tipográfico muy pequeño se lee la fecha y número de edición de la revista, precio y lugares de distribución de la misma.

A lo largo de la página y alineadas sobre el margen izquierdo, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se ubican en un plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima

sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma. Además, se utilizan en gran cantidad caracteres en mayúscula, lo cuál aporta mayor expresividad a la composición. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

"SEÑOR FÚTBOL. Entrevista exclusiva con Lionel Messi..."
Entrevista a jugador de fútbol, es cuál es considerado ícono de tal deporte.

"ORTIGOZA 100 X 100"
"MARTÍN BENÍTEZ"
"POSTER DE SAN LORENZO"
"BAROVERO"
"FACUNDO PIERES"
"SANTIAGO CORDERO"
Notas sobre clubes y deportistas varios.

Cabe destacar que sobre el margen derecho y perpendicular al resto de los elementos, figura en pequeñas dimensiones la página web de la revista, lo que genera una traspolación de medios y connota una adecuación las últimas tecnologías.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. Para ser descifrado no exige más conocimiento que el de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país

Palabras clave:

Fútbol / Mundial / Selección

En lo que respecta a los signos icónicos, se observa a Lionel Messi de pie en el centro de la página. El mismo es un futbolista argentino profesional reconocido mundialmente como el n°1 en el deporte

Por el contrario de cómo estamos acostumbrados a verlo, se encuentra luciendo ropa casual que consta de una remera mangas cortas con una estampa y jeans con roturas, lo que permite verlo como una persona normal y relajada, más allá de su condición estricta de deportista. Con respecto a la estampa, en la misma se observa el rostro de una mujer en escala de grises, en el cual resalta únicamente con color su maquillaje, en una actitud seductora mirando con deseo la pelota que lleva en sus manos, emulando el acto de besarla. El modo en que este elemento es tratado busca ubicarlo como objeto de deseo, esto reforzado también por el hecho de que el personaje posee una pelota en su mano.

Con respecto a la expresión de su rostro, se encuentra esbozando una sonrisa y mirando de frente a la cámara. Detrás de ella, se observa un fondo carente de objetos que aporten significación a la composición. En su conjunto, podría decirse que todos los elementos, entre

los cuales encontramos fotografía, colores y texto, poseen connotaciones futbolísticas. Para los fanáticos de este deporte, que su ídolo aparezca en la portada de la revista les genera admiración, ya que el sueño de cualquiera sería estar en su rol.

7.11.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo masculino y relación entre géneros

Si realizáramos una categorización sobre el tipo de hombre que plantea la revista, de acuerdo a los estereotipos que Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel (2007) establecen pero en este caso aplicado al género masculino, podría decirse que la portada de la revista plantea un tipo de hombre trasgresor, en el que los atributos que sobresalen son el triunfo, el éxito y la excelencia deportiva.

Con respecto a la relación entre géneros, se observa una relación paritaria implícita, en la que la igualdad entre hombre y mujer no se manifiesta de forma explícita, pero se deduce contextualmente, ya que en ningún caso se hace alusión a la mujer

7.12- PIEZA N° 12: PORTADA DE REVISTA "EL GRÁFICO" II

N° 4469 / Mayo 2016



7.12.1- DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En esta portada se pueden observar cuatro planos que conforman la pieza gráfica: el primero es aquel compuesto por todos los signos lingüísticos (menos el logotipo de la revista), el segundo una fotografía de un hombre como elemento principal, por detrás el logotipo y por último un fondo blanco.

Se observa un predominio de texturas en algunos caracteres tipográficos que simulan estar rasgados y gastados, mientras que la paleta cromática de la portada está compuesta por: rojo, blanco y negro. Además, el color en este caso es realista, ya que es fiel a las formas de la realidad.



En lo que respecta a la combinación de estos colores, se debe única y exclusivamente a que corresponden al Club River Plate, y se encuentran coloreando la camiseta de tal equipo que el sujeto lleva puesta.

Las tipografías utilizadas son en su mayoría de palo seco, ya que se observa una ausencia de modulación y remates, lo cual dota a los signos lingüísticos de un carácter aséptico, meramente funcionales. Con respecto al logotipo de la revista, el mismo está realizado con una tipografía de escritura caligráfica.

Elementos dinámicos

Se observa cierta tensión al estar la fotografía teniendo por encima algunos signos lingüísticos correspondientes a los titulares, asimismo ella encimada sobre el logotipo de la revista es decir que hay una superposición de elementos que dota a la composición de profundidad y dinamismo, aunque la significación de cada elemento por separada no se ve alterada.

Además, al costado derecho se encuentra otro elemento que refuerza tal efecto, debido a una inclinación que presenta con respecto al resto de los elementos y a que no se encuentra visible de forma completa.

Elementos escalares

La imagen fotográfica es el elemento dentro de la composición que posee mayor tamaño y cobra protagonismo.

En lo que respecta al formato de la revista, el mismo es de carácter descriptivo, debido al ratio corto que presenta la hoja, es decir que prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

En este caso la fotografía está compuesta por una figura masculina, que se encuentra de pie en el centro de la página. Al no poseer un fondo, es decir que no se encuentra en un determinado entorno, sino que detrás presenta un degradado en tonalidades grisáceas circular que se aclara hacia el centro, no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones y este recurso centra el punto de interés en el centro de la página donde se ubica el personaje.

Con respecto a la iluminación, la misma frontal/lateral, la cual produce un gran contraste entre la camiseta y el resto de la composición, resaltando su presencia.

Se utiliza un plano medio, el cual recorta el cuerpo a la altura de la cintura, y se correspondería a la distancia de relación personal.

Pese a que la regla de los tercios indica que los 4 puntos de intersección son los que mayor atención recibirá el espectador, en este caso el encuadre se encuentra centrado, generando una imagen más simplista y dotándola de todo el protagonismo, por sobre el resto de los elementos de la composición y estableciendo un recorrido de la vista de arriba hacia abajo (culturalmente y por cuestiones de lectura, acostumbramos a mirar de arriba abajo y de izquierda a derecha).

7.12.2- DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

En la imagen podemos encontrar dos tipos de signos. Los primeros, de sustancia lingüística, entre los que se encuentra el logotipo de la revista sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, que en su centro queda tapada por el elemento fotográfico, aunque ello no afecta su capacidad de significar, ya que debido a su trayectoria en el mercado la identidad se ha convertido en un signo.

Por debajo de él, y hacia el costado izquierdo y en un tamaño tipográfico muy pequeño se lee la fecha y número de edición de la revista, precio y lugares de distribución de la misma.

A lo largo de la página y alineadas sobre el margen izquierdo y derecho, se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores. Los mismos se ubican en un

plano superior a la fotografía, por lo que en ocasiones se encima sobre ella, no afectando la percepción sobre la misma.

Además, se utilizan en gran cantidad caracteres en mayúscula, lo cual aporta mayor expresividad a la composición. Se leen, ordenados de mayor a menor protagonismo, los siguientes titulares:

"NUNCA ES TARDE. Andrés D'Alessandor y River merecían reencontrarse. Una charla a corazón abierto con el crack..."

Entrevista a jugador de fútbol, que regresó al club del cuál siempre formó parte.

"DE REGALO. LA REVISTA DE ARGENTINA CAMPEÓN EN MÉXICO 86"

Anticipa un suplemento que viene incluido en la revista.

Cabe destacar que sobre el margen izquierdo y perpendicular al resto de los elementos, figura en pequeñas dimensiones la página web de la revista, lo que genera una traspolación de medios y connota una adecuación las últimas tecnologías.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual está tomado este mensaje, es la lengua española. Para ser descifrado no exige más conocimiento que el de la escritura y del español, ya que es el idioma oficial escrito y hablado en el país

Palabras clave:

Crack / Argentina Campéon

En lo que respecta a los signos icónicos, se observa a Andrés D'Alessandro de pie en el centro de la página. El mismo es un futbolista argentino de primera división, que juega en el equipo River Plate.

El mismo se encuentra luciendo la camiseta de su club con los colores rojo y blanco. Con respecto a su postura corporal, su torso se encuentra levemente de costado, quedando el escudo de la camiseta en primera plana mientras que con ambas manos señala hacia él, que no en vano se encuentra ubicado a la altura de su corazón, lo cual connota el amor que le tiene al club.

Con respecto a la expresión de su rostro, se encuentra esbozando una sonrisa y mirando de frente a la cámara. Al lado de su labio se observa un piercing, que junto a los tatuajes que presenta lo largo de su cuerpo son símbolo de libertad y rebeldía.

En su conjunto, podría decirse que todos los elementos, entre los cuales encontramos fotografía, colores y texto, poseen connotaciones futbolísticas. Para los fanáticos de este deporte e hinchas de River Plate, que su camiseta

aparezca en primera plana en la portada de la revista les genera admiración y orgullo.

7.12.3- DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipo masculino y relación entre géneros

Si realizáramos una categorización sobre el tipo de hombre que plantea la revista, de acuerdo a los estereotipos que Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel (2007) establecen pero en este caso aplicado al género masculino, podría decirse que la portada de la revista muestra un tipo de hombre trasgresor, en el que los atributos que sobresalen son el triunfo, el éxito y la excelencia deportiva. Con respecto a la relación entre géneros, se observa una relación paritaria implícita, en la que la igualdad entre hombre y mujer no se manifiesta de forma explícita, pero se deduce contextualmente, ya que en ningún caso se hace alusión a la mujer.

7.13- CONSTRUCCIÓN VISUAL DE ESTEREOTIPOS DE MUJER Y HOMBRE EN PORTADAS DE REVISTAS

A continuación se presenta un análisis general que abarca todos los realizados sobre las revistas dirigidas a mujeres y hombres, el cuál permitirá posteriormente establecer conclusiones.

7.13.1- Revistas dirigidas a mujeres

DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En lo que se refiere a los planos, se observa una predominante superposición de elementos. Mientras que el logotipo siempre se ubica sobre el margen superior, en el centro de la composición se sitúa la fotografía de una mujer y alrededor de esta los titulares.

No se realiza demasiado uso de la tipografía como signo en sí, sino que al ser en su mayoría sin remates ni modulaciones, de carácter aséptico, funcionan meramente como palabras carentes de connotaciones. Sin embargo, en algunas ocasiones se utiliza la escritura manual de trazo libre, lo cual aporta informalidad y descontractura la composición, y se recurre a la mayúscula para resaltar y jerarquizar la información.

Con respecto a los colores, se observa la presencia de colores exaltados, cálidos, saturados, estimulantes y energéticos, con una predominancia de rojo y rosado en toda su gama

Elementos dinámicos

En todas las piezas se presenta una superposición de elementos, lo cual le aporta dinamismo a las composiciones. En el caso de los logotipos de las revistas, en la mayoría de los casos se encuentran siendo tapados en alguna de sus partes, lo cual no dificulta su lectura ya que se han convertidos en signos en sí debido a su pregnancia y trayectoria en el mercado.

Elementos escalares

La figura icónica de la mujer es el elemento dentro de las composiciones que mayor dimensión presenta con respecto a los otros, del mismo modo que los logotipos

de las revistas ocupan todo el ancho de la página.

El formato de todas las revistas es de carácter descriptivo, debido al ratio corto que presentan, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

Las fotografías están compuestas por una figura femenina, que se encuentra generalmente de pie en el centro de la página, tomando protagonismo en la composición. Por lo general, se presenta por detrás un plano liso, lo cual refuerza a la figura como centro de interés, ya que no se encuentran distracciones ni otros elementos que aporten significaciones.

Con respecto a la iluminación, la misma se sitúa en la mayoría de las portadas analizadas frente al objeto fotografiado, iluminando por completo la figura y potenciando el efecto del color exaltado evocando intensidad.

En la mayoría de las piezas no se respeta la regla de los tercios al realizar la composición, y es alrededor de la fotografía que se inscriben los titulares.

En lo relativo a los encuadres utilizados, abarcan desde planos americanos a primeros planos, poniéndose énfasis en algunos casos en la figura corporal y actitud de las personas fotografiadas, y en otros en la expresividad del rostro de las mismas, estableciendo cierta intimidad para con ellas en el caso de los planos más cortos.

DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

En todas las gráficas se advierten por un lado los signos ligüísticos, entre los que encontramos el logotipo de las revistas sobre el margen superior, y distribuidas a lo largo de la página una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores.

Se observa que abundan las formas como los pronombres en primera y segunda persona y estructuras tales como la exclamativa y la imperativa, que se pueden considerar típicas de situaciones comunicativas directas del habla y en particular del diálogo informal, lo cuál genera un vínculo estrecho con las lectoras y aporta cierta empatía para con ellas.

El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual están tomados los mensajes, es la lengua española, aunque en ciertas ocasiones se utilizan vocablos o frases constituidas en idioma inglés.

En cuanto a las palabras que se utilizan en los titulares, mientras que en la revista Cosmopolitan, se observa predominancia de los que hacen referencia a conteni-

do sexual, audacia y a la belleza, Ohlala refiere en su mayoría a una mujer espiritual, en búsqueda de una mejor calidad de vida. Por otra parte, Para Ti relaciona a la mujer con tareas del hogar.

Se encuentran además los signos icónicos, es decir aquellos que se asemejan al referente que pretenden representar. Los mismos son en este caso las figuras femeninas junto con los elementos que las acompañan (ropa, peinado, joyas), que en su conjunto, determinan las asociaciones que se intentan generar.

Por lo general se presentan mujeres adultas de aproximadamente 30 años, celebridades que se destacan en algún rubro, mayoritariamente de origen nacional, salvo Cosmopolitan que en ocasiones recurre a internacionales. De todos modos, todas poseen una notable belleza facial y un cuerpo esbelto.

A diferencia del resto, Para Ti en sus portadas presenta mujeres que no son reconocidas a simple vista como una personalidad famosa, aunque es muy probable que sean modelos, debido al delgado y alargado aspecto de su cuerpo.

Todas se encuentran mirando al frente directo al lente de la cámara, o mejor dicho al espectador. Mientras que algunas adoptan una actitud desafiante y seductora, otras poseen una actitud relajada y feliz

Mientras que en la revista Cosmopolitan se observa mucha piel al descubierto y vestimenta propia de ocasiones nocturna, que involucran brillo, estridencias, muchos accesorios y actitud seductora, Ohlala presenta mujeres con vestimenta que no deja ver mucha piel, que se presentan seguras de sí mismas, casuales, simples. En todas las fotografías se observan prendas de vestir que connotan buena calidad.

Con respecto al maquillaje, todas las mujeres lo llevan en su rostro, algunas en mayor cantidad que otras. Un detalle a destacar es la presencia de zapatos taco alto en algunas composiciones, el cual posee connotaciones sexuales, y la exposición de un tatuaje, el cual hace referencia a una mujer libre, a la que no le molesta ser juzgada.

DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipos femeninos y relación entre géneros

Según la clasificación que Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel C. (2007) establecen en cuanto a estereotipos de género femenino, se observa claramente que la mayoría de las portadas de las revistas dirigidas a mujeres plantean un tipo de mujer transgresora, a través de atributos como poder, desafío, libertad, revelación, dominación, transgresión en el área laboral y sexual, y de tipo funcional-moderna cuando refiere a conceptos tales

como gozo, la comodidad, la calidad de vida, buenos hábitos, tendencia, tecnología y a la moda.

Mientras que Cosmopolitan hace foco en una mujer hedonista-sensual, a través de atributos como seducción, placer, connotación sexual y belleza, Para Ti hace referencia con algunos elementos a una mujer tradicional, por ejemplo cuando hace alusión al tejido y al abocamiento de la mujer a las tareas del hogar.

Según Manuel Garrido Lora (2007) y su teoría en cuanto a la relación entre géneros explícita o implícita, pese a que el mensaje está articulado para que a simple vista se observe una relación paritaria explícita de acuerdo a lo que plantean los signos gráficos presentes, en la que no hay sumisión sino más bien libertad, independencia y una igualdad de género en cuanto a oportunidades incluso laborales, se observa implícita también una relación dominante, en la que la mujer se impone como objeto de deseo del hombre, quedando supeditada a él. Se puede notar entre líneas cierta cosificación de la mujer, reproduciendo significados tradicionales tales como la seducción al hombre, la femineidad, el lograr adaptarse al canon de belleza de la época, realizar tareas en el hogar y estar a la moda.

Es decir que a pesar de querer romper ciertas estructuras, siguen presentes algunos conceptos estereotipados históricamente adjudicados a las mujeres.

7.13.2- Revistas dirigidas a hombres

DIMENSIÓN SINTÁCTICA

Elementos morfológicos

En lo que se refiere a los planos, se observa una predominante superposición de elementos. Mientras que el logotipo siempre se ubica sobre el margen superior, en centro de la composición se sitúa una fotografía y alrededor de ella los titulares.

No se realiza demasiado uso de las tipografías como signo en sí, sino que funcionan meramente como palabras carentes de connotaciones. Además, se utiliza como recurso la mayúscula para resaltar y jerarquizar la información.

Con respecto a los colores, se observa una predominancia de colores no muy llamativos, sino sombríos, apagados, que seducen y generan curiosidad.

Elementos dinámicos

En todas las piezas se presenta una superposición de elementos, lo cual le aporta dinamismo a las composiciones. En el caso de los logotipos de las revistas, en la mayoría de los casos se encuentra siendo tapado

en alguna de sus partes, lo cual no dificulta su lectura ya que se han convertidos en signos en sí debido a su pregnancia y trayectoria en el mercado. Además, se observan ciertos elementos que poseen inclinación con respecto al resto que se encuentran en posición horizontal, lo cual también aporta dinamismo en la pieza.

Elementos escalares

La figura icónica es el elemento dentro de las composiciones que mayor dimensión tiene con respecto a los otros, del mismo modo que los logotipos de las revistas ocupan todo el ancho de la página.

El formato de todas las revistas es de carácter descriptivo, debido al ratio corto que presentan, es decir, prima lo alto por sobre el ancho.

Fotografía

En la mayoría de los casos, las fotografías están compuestas por una figura femenina, mientras que en el resto figuran ídolos deportivos masculinos. Por lo general, se presentan sobre un fondo plano y liso, lo cual refuerza a la figura como centro de interés, ya que no se presentan distracciones ni otros elementos que aporten significaciones. Con respecto a la iluminación, la misma en ocasiones es frontal y directa, lo cual produce sombras oscuras y acentuadas que permiten resaltar determinados elementos de la fotografía, mientras que en otras ocasiones se hace utilización de una iluminación más cálida, que genera un juego de sombras con una connotación más seductora.

En la mayoría de las piezas, no se respeta la regla de los tercios al realizar la composición, y alrededor de la fotografía se inscriben los titulares.

En lo relativo a los encuadres utilizados, se utilizan planos americanos y planos medios, haciendo énfasis en la figura corporal y actitud de los personajes fotografiados.

En lo relativo a los encuadres utilizados, se recurre en la mayoría de las piezas analizadas a planos americanos/medios, para de este modo permitir al lector aproximarse al personaje y hacer énfasis en la expresividad de su rostro y posición corporal.

DIMENSIÓN SEMÁNTICA

Signos

Por un lado se logran identificar signos ligüísticos, entre los que se encuentran el logotipo de las revistas sobre el margen superior y abarcando todo el ancho de la página, debajo del elemento fotográfico.

Distribuidas a lo largo de la página se encuentran una serie de leyendas que anticipan el contenido que va a tratar la revista en sus páginas interiores, signos que en muchas ocasiones juegan un papel importante al censurar ciertas partes de la fotografía intencionalmente. El código, es decir el sistema de convenciones culturales del cual están tomados todos los mensajes es la lengua española.

En cuanto a las palabras que se utilizan en los titulares, se observa predominancia de los que refieren a actividades de ocio que le brindan placer al hombre, como deportes, comidas, bebidas alcohólicas y automóviles.

En lo que respecta a los signos icónicos, como se mencionó anteriormente, se observan fotografías compuestas por una figura femenina en su mayoría, aunque también se hace utilización del hombre en otras. Las mujeres que se presentan en las portadas no se destacan por su rendimiento profesional, sino que son personajes famosos en la televisión "momentáneamente".

En cuanto a su apariencia, las mismas se encuentran luciendo poca o incluso ninguna prenda de vestir, y en el caso de los desnudos, ninguno es explícito, ya que se recurre a algún elemento o a la posición de su cuerpo para censurar ciertas partes.

Con respecto a sus cuerpos, los mismos son voluptuosos y con curvas, algunos logrados mediante cirugías estéticas, mientras que la expresión de su rostro es totalmente seductora. Otro detalle a tener en cuenta es el tatuaje de gran extensión que posee en su brazo, que junto al piercing en su lola connotan rebeldía.

Se podría decir entonces que todas ellas instauran un juego de seducción hacia el género masculino, a partir de los elementos que hacen a composición, pero sin caer en la vulgaridad de mostrar un desnudo explícito.

En lo que respecta a las portadas que utilizan a hombres en su fotografía, los mismos son reconocidos íconos del fútbol, con muy buen desempeño profesional. Mientras que uno de ellos se encuentra luciendo vestimenta casual, el otro utiliza su uniforme deportivo luciendo al camiseta de su club.

Con respecto a las expresiones de su rostro, se encuentran esbozando una sonrisa y mirando de frente a la cámara.

DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Estereotipos masculinos y relación entre géneros

Con respecto a la relación entre géneros, se plantean dos tipos de relaciones. Por un lado, las revistas Playboy y Hombre se centran en una relación dominante implícita, en la que la dominación no está planteada de modo literal sino que se manifiesta en la estructura

interna del mensaje. En este caso, la figura de la mujer desnuda, a disponibilidad el hombre, se comporta de manera sumisa ante él, lo cuál refuerza su carácter de mujer – objeto.

Por otra parte, en la revista El Gráfico se plantea una relación paritaria implícita, en la que la igualdad entre hombre y mujer no se manifiesta de forma explícita, pero se deduce contextualmente, ya que en ningún caso se hace alusión a la mujer.

A modo de concluir el análisis, a partir de de los estereotipos de mujer que establecen Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel C. (2007), y basándome en su criterio, es que propongo tras realizar el análisis de los estereotipos de género presentes en las piezas una readaptación referida a los hombres, la cual sería la siguiente:

- **Hombre tradicional**, que refleja los valores “fortaleza”, “individualismo”, “racionalidad”.
- **Hombre trasgresor**, relacionado con “triunfo”, “libertad”, “conquista” y “trasgresión”.
- **Hombre frágil o sometido**, que refleja los atributos “tristeza”, “debilidad”, “languidez” y “sometimiento”.
- **Hombre hedonista-sensual** representado por la “atracción sexual”, la “seducción”, y el “placer”.
- **Hombre funcional-moderno** relacionado con imágenes de “modernidad”, “gozo”, “comodidad” y “tecnología”.

Entonces si se realizara una categorización sobre el tipo de hombre que plantean las revistas dirigidas a ellos, de acuerdo a los estereotipos expuestos, podría decirse que la mayoría de las portadas analizadas plantean un tipo de hombre tradicional y transgresor, en el que los atributos que sobresalen son fortaleza, agresividad, competencia, sexualidad, triunfo, éxito, excelencia deportiva, masculinidad, el cual busca mejorar su presente, mientras se establece como un “yo”.

8-

CONCLUSIONES

Tras haber realizado un profundo análisis de los recursos gráficos presentes en las portadas de revistas nacionales, se puede advertir una diferencia en el modo de comunicar los estereotipos de género entre las revistas para mujeres y las revistas para hombres.

En efecto, vale la pena considerar la dificultad que se presentó al momento de seleccionar el corpus de análisis de revistas particularmente dirigidas a hombres, lo que significa que ellos no son grandes consumidores de estos medio, ya sea porque que han incurrido a otros, como internet, ya que hoy en día todas las revistas poseen su versión digital, o porque no consumen la infomación que las mismas contienen.

Haciendo foco en el análisis propiamente dicho, mientras que todas utilizan un sujeto como principal elemento de sus portadas, en el caso de las revistas para mujeres utilizan sin excepción un sujeto femenino, mientras que en las revistas para hombres, dependiendo el estilo de la misma, utilizan mujeres u hombres.

Por un lado, las revistas para mujeres, muestran un estereotipo bien definido de mujeres jóvenes, con cuerpos esbeltos difíciles de lograr, a la moda, con rasgos físicos perfectos que presentes únicamente a modelos que se establecen como ideales a alcanzar, sin defectos, marcas, enfermedades o carencias. No extraña por consiguiente que establezcan una negación hacia la variedad de cuerpos reales existentes y preferencias sexuales presentes a lo largo de la población de nuestro país.

Mientras que Cosmopolitan tiene un enfoque más consumista, sexual y revolucionario y muestra una faceta de mujer exitosa, para lo que utiliza figuras reconocidas internacionalmente en sus portadas, sin dejar de lado las connotaciones sexuales en la composición fotográfica, un análisis más profundo de su discurso encuentra una incongruencia por algunas referencias machistas que realiza; mientras que Ohlalá plantea una mujer más espiritual y profesional, que busca un balance de su vida, en donde el foco no está en la perfección de su cuerpo. Con respecto a Para Ti, presenta como imagen la fotografía de modelos que no son famosas, de cuerpo lánguido y a la moda, pero deja entrever una mujer que sigue realizando tareas del hogar, es decir no se desprende del viejo estereotipo de mujer.

No extraña por consiguiente que en las revistas de mujeres se haga alusión al sexo masculino constantemente, ya sea sexual o amorosamente, por lo que no logra hacer referencia completamente a una mujer independiente,

liberada y poderosa como se jacta.

Con respecto a las revistas masculinas, se observa en Playboy y Hombre el uso de mujeres con poca ropa en sus portadas, ya que como sabemos, el hombre es un ser visual. Sin embargo, si nos ponemos a analizar los titulares, en ningún momento se hace referencias a ellas, sino que todas las temáticas giran en torno a él y actividades de ocio que le resultan placenteras. En estos casos la mujer se presenta con curvas y con una actitud seductora, por no decir sexual, lo que implícitamente la establece como mujer - objeto.

Otro aspecto relevante al cual se concluyó, es la atemporalidad del contenido que presentan ambas revistas, y las temáticas repetitivas en una y otra edición.

9-

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bardin, L. (1986) El análisis de contenido. Madrid, España: Ed. AKAL.
- Barthes R. (1972) Retórica de la Imagen (En: La Semiología). Buenos Aires, Argentina: Ed. Tiempo Contemporáneo.
- Berelson, B. (1952) Content Analysis in Communication Researches. Nueva York, Estados Unidos: The Free Press.
- Cabello, F. (1999) El mercado de las revistas en España: Concentración informativa. Barcelona, España: Ariel.
- Capriotti P. (1992) La imagen de la empresa. Barcelona: Editorial El Ateneo S.A.
- Chandler, D., (1999) Semiótica para principiantes. Quito, Ecuador: Ed. Abya-Yala.
- Chaves, N. (1989) Pequeña Teoría del cartel, II (8), 4-7.
- Chevalier, J. (1986) Diccionario de los símbolos. Barcelona, España: Ed. Herder
- Costa, J. (2003) Diseñar para los ojos. La Paz, Bolivia: Ed. Grupo Editorial Design.
- Costa, J. (1994) Imagen Global. Barcelona, España: Ed. Ceac.
- Dallera, O. (1990) Signos, comunicación y sociedad. Buenos Aires, Argentina: Ed. Don Bosco.
- Díaz Soloagay P. y Muñiz Muriel C. (2007) Valores y estereotipos femeninos creados en la publicidad gráfica de las marcas de moda de lujo en España.
- Dondis, D. (1998) La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Eco, U. (1967) La estructura ausente. Barcelona, España: Ed. Lumen.
- Eco U. (1987) El lector modelo. Barcelona, España: Ed. Lumen.
- Eco, U. (2000) Tratado de semiótica general. Barcelona, España: Ed. Lumen.
- Eguizábal, R. (2008) Estigmas de moda. En Grupo de Análisis de la Comunicación, Moda, comunicación y sociedad. Sevilla: Comunicación Social.
- Fanjul Peyró, C. (2008) Vigorexia: una mirada desde la publicidad. Madrid, España: Ed. Fragua.
- Ferraz Martínez A., (1996), El lenguaje de la publicidad. Madrid: Arco/ Libros, S.L.
- Frascara, J. (2000) Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires, Argentina: Ed. Infinito.
- Gallego Ayala, J. (1990) Mujeres de Papel: de ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad. Barcelona, España: Ed. Icaria.
- Garrido Lora M. (2007) La creatividad en la encrucijada sociológica.
- González Gabaldón B. (1999), Los estereotipos como factor de socialización en el género. Comunicar 12, 84.
- González Ruiz, G. (1994) Estudio de Diseño. Buenos Aires, Argentina: Emece Editores.
- Greimas, A. J. (1971) Semántica estructural: investigación metodológica. Madrid, España: Ed. Gredos.
- Guasco, I. (2008) El gran libro de la fotografía digital, guía teórica y práctica. Buenos Aires, Argentina: Ed. Banfield.
- Hinojosa, M. P. (2005) Análisis de las modalidades de la enunciación en los textos de moda y belleza de la prensa femenina de alta gama. Tesis doctoral. Murcia, Universidad de Murcia,
- Lozano Rendón J. (1996) Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Longman de México Editores.
- Magariños de Morentín, J. A. (1991) El mensaje publicitario. Buenos Aires, Argentina: Hachette.
- Mackie, M. M. (1973) Arriving at Truth by Definition: Case of Stereotype Inaccuracy, en Social Problems. California, Estados Unidos: University of California Press.
- Montesinos, J. y Mas Hurtuna, M. (2005) Manual de Tipografía. Valencia, España: Campgrafic.
- Marro M., Zacchetto V., Vicente K., (1999) Seis semiólogos en busca del lector. Tucumán, Argentina: Ediciones CICCUS Bs.
- Namakforoosh Mohammad Naghi (2005) Metodología de la investigación. México: Ed. Limusa.
- Ogden C.K. y Richards I.A. (1964) El significado del significado. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

- Orozco Gómez G. (1994) *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*. México: Universidad de Guadalajara.
- Ortega E. (1997) *La comunicación publicitaria*. Madrid, España: Ed. Pirámide.
- Pérez Herrero, P. y Garrido Rodríguez, M. (2006) *Antropología del periodismo. La observación no participante en una revista de alta gama. Comunicación y Pluralismo*.
- Pérez Parejo, R. (2006) *El canon de belleza a través de la Historia: un método de descripción de personas para alumnos de E/LE. Espéculo. Revista de estudios literarios, 34*. Extraído desde <http://www.ucm.es/info/especulo/numero34/canonbe.html>.
- Real Academia Española (2006). *Diccionario de la lengua española*. Consultado en <http://dle.rae.es/?id=B5cwTBI>.
- Rodríguez Gómez G.; Gil Flores J. y García Jiménez E. (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada, España: Ediciones Aljibe.
- Rodríguez Gómez y Valldeoriola Roquet (2003) *Metodología de la investigación cualitativa*. Barcelona, España: Universidad de Cataluña.
- Rojas, M. y Benítez L. (2010) *El cine en la escuela como recurso en el área de educación visual. Aspectos educativos y actividades para su desarrollo en la ESO*. Sevilla, España: Ed: Wanceulen
- Schneider, D.M. (1968) *American Kinship: A Cultural Account*. Chicago, Estados Unidos: Chicago University Press.
- Sebeok, T. A. (1996) *Signos: una introducción a la semiótica*. Barcelona, España: Ed. Paidós.
- Sordo, P. (2012) *Viva la diferencia*. Ed. Planeta.
- Torres, R. (2007) *Revistas de moda y belleza: el contenido al servicio de la forma bella*. Sevilla, España: Ámbitos.
- Villafañe, J. (2000) *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid, España: Ed. Pirámide.
- Weston, C. (2009) *Iluminación*. Barcelona, España: Ed. Blume.
- Wong, W. (1979) *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Ed. Gustavo Gili.
- Zecchetto V. (1999) *Seis semiólogos en busca del lector*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Ciccus - La Crujía.

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE GRADO A LA UNIVERSIDAD SIGLO 21

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

Autor	Gerard María Paula
DNI	36.356.155
Título	Construcción visual de estereotipos de mujer y hombre en portadas de revistas, a partir los recursos gráficos utilizados.
Correo Electrónico	mpaulagerard@gmail.com
Unidad Académica	Universidad Siglo 21

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

Texto completo de la Tesis	SI / NO
Publicación parcial	

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

Lugar y fecha: _____

Firma autor-tesista

Aclaración autor-tesista

Esta Secretaría/Departamento de Grado/Posgrado de la Unidad Académica: _____
_____ certifica que la tesis adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

Firma Autoridad

Aclaración Autoridad

Sello de la Secretaría/Departamento de Posgrado

