

# Fotografía en revistas, artificio contemporáneo

*Lydia Elizalde*

*Universidad Autónoma del Estado de Morelos  
Estudios de Estética y Semiótica\*  
lydiae@uaem.mx*

## Resumen

El conjunto de significados y significantes en una revista tiene la finalidad de comunicar un mensaje y expresar una emoción determinada por la intención y práctica subjetiva del editor-diseñador. En la competencia de este formador de elementos visuales -gráficos y fotográficos- resalta su experiencia estética que define la elección de imágenes para conformar un discurso visual y la consecuente lectura del receptor. La connotación del código fotográfico se construye desde la elección del objeto que se capta en la cámara y se continúa con la manipulación o trucaje de la imagen. La selección y repetición de determinadas variables visuales definen sus cualidades artísticas; actualmente se valora la autoría del diseñador gráfico y la del fotógrafo.

**Palabras clave:** Diseño, lenguaje fotográfico, connotación, manipulación gráfica, autoría.

## Photography in Magazines, Contemporary Artifice

### Abstract

The aggregate of meanings and signifiers in a magazine has the purpose of communicating a message and expressing an emotion determined by the intention and subjective practice of the editor-designer. Among the

---

Recibido: 11 de octubre de 2006 • Aceptado: 23 de abril de 2007

\* Cuernavaca, México.

responsibilities of this arranger of visual elements -graphics and photographs- the designer brings to bear his aesthetic experience in defining the selection of images to create visual discourse and the receiver's consequent reading of it. Connotation of the photographic code is constructed starting with selection of the object to be captured by the camera and continues through the manipulation or alteration of the image. The selection and repetition of determined visual variables define their artistic qualities; today, the authorship of graphic designers and photographers is valued.

**Key words:** Design, photographic language, connotation, graphic manipulation, authorship.

## INTRODUCCIÓN

La semiótica en la estética del diseño de revistas permite el conocimiento sensible de la expresión emocional que se genera a partir de construcciones razonadas, planeadas y objetivadas por medio de signos visuales en portadas y páginas interiores.

En este medio impreso resalta la utilización de la fotografía junto con los elementos de la composición gráfica. A partir del desarrollo de la cultura visual en los años sesenta y setenta, el diseño gráfico se convirtió en una disciplina competitiva que todavía seguía métodos analógicos de producción, y la formación de diseñadores se empezó a incluir en los programas educativos de universidades.

La revolución tecnológica de la computación en los ochenta permitió el desarrollo y extensión de la práctica gráfica en el diseño de revistas y obtener resultados inmediatos con la previsualización de páginas armadas. Esta facilidad tecnológica facilitó la experimentación gráfica y la manipulación fotográfica, modificando sus códigos de connotación.

Desde la semiótica se ha hecho un aporte determinante para el análisis de los mensajes visuales a partir del concepto de "lenguaje visual"... Este lenguaje de líneas, de formas y color ha sido teorizado como un sistema visual de comunicación análogo al lenguaje verbal, establecido, no como una convención cultural, sino a partir de las facultades universales de la percepción, el lenguaje visual promueve la abstracción formal como una nueva "escritura" para reducir la ambigüedad de la expresión verbal (Lupton, 1988).

## 1. LENGUAJE FOTOGRÁFICO

André Bazin, pionero de las perspectivas postestructuralistas en el análisis de la significación de la fotografía, en “Ontología de la imagen fotográfica”, expresa:

“...La objetividad de la fotografía le confiere un poder de credibilidad ausente en toda obra pictórica. Cualesquiera sean las objeciones de nuestro espíritu crítico, estamos obligados a creer en la existencia del objeto representado, es decir, vuelto presente en el tiempo y en el espacio. La fotografía tiene el beneficio de una transferencia de realidad de la cosa sobre su reproducción” (Bazin, 1945, en Dubois, 1999:31).

Roland Barthes analiza la relación imagen-texto y define el objeto denotado inicialmente al momento de oprimir el obturador, y connotado en su trucaje:

“(...) en la fotografía, el mensaje denotado, al ser absolutamente analógico, es decir privado de un código, es además continuo, y no tiene objeto intentar hallar las unidades significantes del primer mensaje; por el contrario, el mensaje connotado comprende efectivamente un plano de la expresión y un plano del contenido, significantes y significados: obliga por tanto a un auténtico desciframiento (...) para aislar las unidades significantes y los temas (o valores) significados, habría que proceder a realizar lecturas dirigidas, en las que variarían de forma artificial ciertos elementos de la fotografía con el fin de observar si tales variaciones formales acarrear variaciones de sentido. Por lo menos, desde este mismo momento poder prever los principales planos de análisis de la connotación fotográfica” (Barthes, 2002:15-16).

Susan Sontag resalta la fotografía como “huella de lo real”:

“(...) Sontag parte de la idea de que “todo el mundo es literal cuando de fotografías se trata”, refiriéndose especialmente a la modalidad documental, a los retratos, a toda aquella fotografía que trata de mostrarnos algo que no es la fotografía misma. Todo documento “reconstruido” suscita el rechazo o la duda del espectador, porque quien contempla una fotografía (de un suceso, de un acontecimiento o de una anécdota fijada en un instante privilegiado) quiere asistir a “un hecho

inesperado que capta a la mitad de la acción un fotógrafo alerta”. Por otro lado, la fascinación ante la foto se debe, siempre según Sontag, a su capacidad para objetivar y por lo tanto convertir el suceso en un objeto susceptible de posesión. La demanda de espontaneidad o no manipulación de la fotografía estaría relacionada con la valoración de la misma “como relato transparente de la realidad”. (...)” (Sontag, 1973, en Malpartida, 2004).

Pierre Bourdieu enfatiza que el mensaje fotográfico se construye culturalmente desde el momento que se selecciona la imagen y tiene una relación directa con el referente.

“Por lo general se está de acuerdo en que la fotografía es el modelo de la veracidad y la objetividad (...), de hecho la fotografía fija es un aspecto de lo real que no es otra cosa que el resultado de una selección arbitraria, y en este sentido, una transcripción: entre todas las cualidades del objeto, sólo se retienen las cualidades visuales que se dan en el instante y a partir de un punto de vista único... Dicho de otra forma *la fotografía es un sistema convencional* que expresa el espacio según las leyes de la perspectiva... y los volúmenes y los colores por medio de degradados del negro y del blanco. Si la fotografía es considerada como un registro perfectamente realista y objetivo del mundo visible, es porque se le ha asignado (desde el origen) unos usos sociales considerados ‘realistas’ y ‘objetivos’...” (Bourdieu, 1979: 109-110).

A partir del análisis peirceano del signo, Philippe Dubois (1999) construye su argumentación para resaltar el index inicial de la fotografía. Detalla las reflexiones sobre del mensaje fotográfico de André Bazin y Roland Barthes (1945 y 1961, en Dubois, 1999:30), quienes definen la fotografía como huella o indicio de la realidad, como un certificado de presencia. Desde estas concepciones, Dubois destaca el dispositivo conceptual sobre el carácter esencialmente indiciario de la fotografía: señala el espacio-tiempo desde donde fue generada, aquello que estuvo allí y la relación de contigüidad instantánea entre la imagen y el referente. La explicación de la fotografía, como indicio como huella de lo real, atestigua un hecho y delimita el contexto del momento en que se captó la imagen. Resalta su naturaleza de huella, la connotación inicial, y no su carácter mimético.

Por su parte, Jean Marie Schaeffer define la connotación fotográfica al inicio del acto fotográfico, en el proceso físico-químico y, “remite al receptor no a códigos connotativos, sino a una lógica de situaciones y encadenamientos narrativos”, puesto que la representación y la realidad forman parte del mismo espacio lógico (Schaeffer, 1987, en Willis, 2002). Schaeffer postula una lógica pragmática de la fotografía al tratarla como un signo de recepción, al servicio de distintas estrategias de comunicación, ya que en el plano icónico la imagen funciona como mensaje (Brisset, 1999). De esta manera, la imagen fotográfica debe ser ubicada en un proceso de producción-recepción y asociarse al contexto de producción. Por su parte, la analista de la imagen antropológica, Joanna C. Scherer añade a la connotación fotográfica:

“Para apreciar las influencias sobre el fotógrafo, sus métodos de manipular a los sujetos, su selección y sus intenciones explícitas deben ser estudiadas a través del corpus completo del trabajo del fotógrafo (por ejemplo); las convenciones estilísticas para posar los sujetos fotográficos pueden ser determinadas, incluyendo la elección del punto de vista y momento, así como las técnicas para controlar la imagen a lo largo de la duración de la exposición y la elección de las lentes” (Scherer en Brisset, 1999).

Ellen Lupton (1988, 1994), especialista en diseño, presenta acercamientos a la función de la imagen fotográfica en su manipulación en la expresión gráfica.

## **2. CÓDIGOS DE CONNOTACIÓN**

La propuesta de Eco (1985) de una lectura abierta favorece la participación e interpretación del receptor, quien recibe como simple denotación lo que de hecho es una estructura doble, denotada-connotada en sus variables visuales y sintaxis.

Dubois (1999) detalla la imagen-acto y su categoría de indicio que funciona en el momento de disparar la cámara, el carácter constitutivo de toda imagen, y finalmente su sentido. En este mismo razonamiento, el autor considera a la fotografía, además de una huella de lo real, una categoría de pensamiento por el impacto directo que tiene en el lector. La acción de la fotografía ilustra su condición temporal, pero además también la del acto de percibir, de leer la imagen, al encontrarse registrada como

montaje, sobre el mismo espejo que captó la imagen. La simultaneidad de tiempos señala el fugaz instante captado por la cámara, que en su reproductibilidad mediática va ocultando el origen de esa imagen.

Dubois (1999) continúa en su exposición que en la fotografía se corta la realidad al oprimir el obturador de una tajada, corte único y singular de espacio-tiempo. Desde este punto de vista, la fotografía no explica, no interpreta, sólo funciona como indicio en el momento del disparo y, lo más importante, produce una distancia, una separación de esa realidad. En su reflexión define el espacio fotográfico como el lugar en el que se articula el espacio representado y el espacio de representación.

La imagen fotográfica del objeto real captado por la cámara modifica las proporciones, reduce la tridimensionalidad del objeto y en ocasiones altera valores tonales del color por la incidencia de luz captada. Esta reducción no es una transformación y sí una alteración, y se convierte en una analogía con la realidad. Señala Barthes (2002) que la fotografía no es tan sólo un producto o un medio, sino también un objeto dotado de una autonomía estructural. Es un continuo de la imagen significada y de la pragmática del signo. En relación con la consideración de la fotografía como huella de la realidad, Dubois se mantiene cerca de la posición de Barthes y destaca que la imagen-foto se torna inseparable de su experiencia referencial, del acto que la funda.

La especificidad de la tricotomía peirceana del signo resulta un instrumento conceptual adecuado para definir la imagen fotográfica (Dubois, 1999). La fotografía es ante todo *index*, categoría que define la conexión física del signo con su referente. Este signo se convierte en *icono* por su semejanza con aquello que designa, ya sea real o imaginario; y el símbolo está ligado a la existencia real del objeto al que se refiere. Solamente el *index* está unido al referente; el *icono* y el símbolo tienen autonomía; el *icono* resalta la semejanza y la similaridad con determinado signo y el símbolo se relaciona con la convención del objeto (Peirce, en Dubois, 1999).

En la fotografía, su originalidad es el *idiolecto*, la manera individual de seleccionar la imagen, del tipo de enfoque técnico para captar un objeto de la realidad. De esta manera, *connota* por la imposición de un sentido adicional que se da al corte fotográfico inicial; la codificación del análogo fotográfico se elabora a lo largo de diferentes niveles de producción y reproducción de la fotografía. Las diferencias que presenta la ima-

gen fotográfica con el objeto real lo determinan las técnicas utilizadas en la elección inicial del sentido plástico-visual: preferencia por determinado objeto, definición del encuadre, composición de los objetos, ángulo de visión, la distancia respecto al objeto fotografiado, la incidencia de luz en el espacio topológico, volúmenes, texturas, tonalidades.

Barthes (2002) señala con precisión que un mensaje denotado es la analogía en sí y, la modificación de la realidad que el fotógrafo hace con el uso de determinadas técnicas para construir un mensaje, del mismo modo connota el mensaje. De esta manera, el fotógrafo y el diseñador intervienen en esta connotación, en la particularidad de la intención de la lectura de cada imagen, y se añade el sentido final que da el receptor.

La polémica sobre la realidad en el hecho fotográfico se establece desde la connotación de la imagen, en su forma y contenido, en contraposición con una pretendida neutralidad y la aparente objetividad de la imagen fotográfica (Arnheim 1986, en Dubois, 1999).

La cámara fotográfica reproduce imágenes reflexionadas y construye un lenguaje visual, a partir de convenciones. Así, la fotografía es significativa porque existe un conjunto de actitudes codificadas que constituyen elementos de significación, como señala Barthes (2002), en gestos, actitudes, expresiones, colores o efectos, provistos de cierto sentido por su uso en determinado grupo social; la relación entre el significante y el significado, es decir, la significación, es un hecho construido culturalmente por el fotógrafo. El receptor es el que le da sentido al hecho fotográfico.

El interés particular de este lector por una imagen se da por el tema representado que es una extensión de su cultura. En su *corpus* de análisis de la fotografía, Barthes (1989) llama *studium* a esta atención o gusto por cierto tema.

La atracción por determinados elementos visuales, de modo inconsciente inicialmente y consciente a partir de una estructura cultural, define ya una forma de ver y una manera de interpretar.

La percepción de los signos fotográficos codificados en revistas no es ajena a la recepción del lector actual, sostenida por una habilidad afina durante más de cien años de lectura de imágenes en este versátil medio impreso.

### 3. INTENCIÓN FOTOGRÁFICA

Analizar la experiencia estética que producen estas imágenes, como semiosis, incluye la construcción del objeto fotográfico creado con diferentes intenciones. Las imágenes utilizadas en la edición de una revista a partir de fotografías tienen diferentes funciones: anclaje principal de la portada, apoyo al texto, como anécdota independiente del texto, como contrapunto con otros elementos gráficos y con el contenido, como textura de fondo.

Algunas de las aplicaciones básicas de imágenes en revistas culturales se construyen a partir de fotografías de eventos y personajes, realizadas por profesionales y en ocasiones por aficionados; las especializadas incluyen paisajes exteriores e interiores, objetos, retratos; las documentales, fotografías científicas y obras de artes plásticas, visuales y espaciales; también se incluyen las fotografías realizadas como expresiones artísticas.

El artista gráfico compone, arma, una página a partir de las variables propias de su práctica profesional con letras, palabras, párrafos y coloca estos elementos en espacios regulares definidos por retículas. Añade la fotografía, como otro elemento de comunicación y significación tan expresivo como los signos tipográficos, aprovechando el fuerte anclaje de esta técnica visual en el receptor contemporáneo.

La lectura en este medio impreso se realiza de la imagen al texto y del texto a la imagen. La complementariedad de ambos permite ir construyendo nuevos significados a partir del mismo significante, de esta manera la imagen inicialmente visualizada se va modificando. Así, la estructuración de discursos visuales amplía las posibilidades de producción conjunta de significados a partir de la relación entre imágenes y textos.

Roland Barthes (2002) enfatiza la función expresiva de la imagen fotográfica en medios impresos y destaca el papel que producen los elementos visuales que se recrean alrededor de ésta: el título de la fotografía, el pie de foto, el referente a la imagen en el texto, si lo hay, la composición de la página, los espacios en blanco; también recalca el determinante papel que juega el nombre de la revista y el enfoque del medio impreso, el giro de la revista, ya que éstos modifican la intención del emisor y, por consecuencia, la lectura del mensaje visual.

La inserción de la fotografía en la página se relaciona con la composición e interactúa con los demás elementos visuales en el plano gráfico: tipo de letra, puntaje, interlineado, número de columnas, espacios blancos y márgenes de la página, elementos que igualmente inciden en la expresividad gráfica. Así, la totalidad de la información en una página está sostenida por dos estructuras diferentes: en el texto, la sustancia del mensaje está constituida por palabras y en la fotografía por variables visuales y funcionan de acuerdo con la posición, dimensión y dirección que ocupan dentro de la estructura de la página; de aquí se deriva el significado de las convenciones que representan.

En una revista, la imagen fotográfica, recortada de la realidad, vuelve a recortarse en función de la elección de la expresión de los elementos gráficos. Su codificación se relaciona con el discurso textual y con el discurso gráfico elegido por el editor-diseñador. El mensaje fotográfico expone de manera inmediata y evidente el contenido analógico de una escena, un objeto, un paisaje, y connota en la manipulación que se hace de ella en el laboratorio o en la pantalla digital; a esta connotación se añade su significación que adquiere en el medio gráfico para su reproducción. Se trata en este caso de un sentido adicional, cuyo significante es el dominio de la técnica por parte del diseñador, y cuyo significado, documental o artístico, remite de manera directa a la intención del editor y a la lectura del grupo social que recibe el mensaje.

#### **4. ARTIFICIO FOTOGRÁFICO**

La manipulación de las imágenes en los media es una actividad frecuente en el diseño contemporáneo que puede considerarse una reconstrucción. Los diseñadores trabajan en hipermedios que desarrollan nuevas formas de generar, distribuir y usar la información, reinventando lenguajes gráficos (Lupton, 1994). El trabajo fotográfico sufre una serie de transformaciones que realiza el diseñador al seleccionar la imagen y al colocarla en la página.

Entre estos lenguajes expresivos sobresalen la fotografía en blanco y negro, de medio tono, de línea, el alto contraste, en duotono, la fotografía en color con amplios matices. Esta experiencia referencial afirma la existencia de un hecho, como icono por su semejanza, como huella de una realidad y finalmente como símbolo (Elizondo, 2006).

Las diferentes presentaciones de la fotografía en una revista responden a su función estética, que se define por el lenguaje visual utilizado y la forma de incidir en la composición de una página: fotografía completa, detalle ampliado, repetición de un elemento de la fotografía, fragmentación de la imagen, reducción como puntuación y el recurso de la señalización. En sus presentaciones formales sobresalen la fotografía documental que se relaciona directamente con el texto, la fotografía de estudio para ilustrar determinado tema y la fotografía independiente artística o de autor donde el collage fotográfico es resultado de la interacción de imágenes.

Así, el discurso visual que va adquirir y emitir una fotografía en una página se modifica por la intención plástica-visual elegida por el diseñador. La manipulación fotográfica conserva la expresión particular de la fotografía, que permite pasar de la connotación inicial a un mensaje fuertemente connotado. Las técnicas de manipulación de la imagen se realizan desde el retoque fotográfico, en el sistema analógico del laboratorio y también en el preciso retoque digital, como dispositivo para resaltar detalles y reinterpretar la representación plasmada en la fotografía documental que define el prototipo de las portadas en revistas de análisis político e históricas; y en la fotografía de estudio, realizada artificialmente con una doble estructura -de denotación y connotación de un objeto o un hecho- evidente en portadas de revistas culturales.

A estas transformaciones intencionales se añaden las fotografías realizadas como obras artísticas en las que cada autor construye su idiolecto. Se destacan el elocuente fotomontaje y el collage que alteran la elección fotográfica inicial, en una nueva poética visual: fragmentan, recortan y superponen la imagen; cambian el sentido de la forma y aceptan la improvisación y la libertad de ejecución, dos elementos decisivos en este proceso creativo.

La expresividad fotográfica en una revista se define por el lenguaje visual utilizado y la manera de composición en la página. En el caso del collage en un medio impreso, el diseñador recrea el iconismo en el plano bidimensional; juega con la lógica del receptor, desde un enfoque conceptual con el carácter mimético y la expresión artística de la imagen. La libertad para realizar recortes y montajes se ajusta a la estética de la revista.

La fotografía independiente, artística o de autor, no se reduce a una ilusión de representación, se constituye en imágenes que contrastan con el carácter ilusorio y real del soporte fotográfico, en registros que hacen complejo lo perceptual y lo temporal. En la recepción de este objeto visual, la mirada activa del lector recorre sus variables formales y establece relaciones preceptuales (Arnheim 1971, en Saint-Martin, 1990).

En las revistas contemporáneas resaltan las imágenes híbridas provenientes de diversos medios visuales que se mezclan libremente, fotografías en sus múltiples técnicas de representación: dibujos e ilustraciones con distintas soluciones expresivas, formas geométricas e improntas visuales, en ocasiones trazadas en medios digitales. En algunas revistas se cuida el equilibrio entre texto e imagen, en otras la preferencia la tienen las imágenes, sobre todo las fotográficas, en una abducción de estímulos, de hechos que modifican la percepción y que finalmente habilitan la aceptación del medio impreso.

## **CONCLUSIÓN: AUTORÍA EN EL DISEÑO Y EN LA IMAGEN FOTOGRÁFICA**

La construcción de la portada y las páginas interiores se ha convertido en el escaparate de las tendencias formales actuales en las artes y comunicación visual. Al considerar la fotografía como un lenguaje, una forma de representación y expresión, es ineludible concederle la importancia que sustenta en la conformación de revistas (Lupton, 1988).

El diseñador, como editor-creador de una revista, propone la solución gráfica de cada página y realiza la elección de las fotografías; de esta manera añade un significado más a las imágenes. La manipulación de las imágenes fotográficas se ha convertido en una práctica cotidiana: cortes, modificaciones con pantallas o variaciones en las proporciones. En la medida en que la manipulación del proceso constituye un procedimiento técnico, desde la toma de imagen hasta la impresión en papel, se corre el riesgo de alterar el contenido espacio-temporal de la intención inicial del fotógrafo y de transgredir la autoría de la obra.

El trabajo del diseñador gráfico y el del fotógrafo durante un largo tiempo fue anónimo en la edición de sus revistas, sus créditos se atribuían directamente al editor o productor de la revista. En la actualidad es habitual dar crédito a estas prácticas profesionales; éste es un intento

para distinguirlos de los aficionados que utilizan programas de edición y manipulan fotografías (Bil'ak, 1998).

El diseño en revistas culturales, al estar menos limitado por las demandas del mercado, tiene mayores probabilidades de propuestas gráficas y de experimentación. Actualmente, el diseño tiene una función primordial en la cultura mediática, en medios impresos y digitales, y es evidente el cuidado en el reconocimiento al fotógrafo, al diseñador, al editor o al emisor de la revista. Se habla de autoría gráfica, se habla también del diseño de autor (Poynor, 2003) y se destaca la autoría del fotógrafo, obras que constituyen una creación intelectual y, en el mejor de los casos, una propuesta visual original.

### Referencias Documentales

- BARTHES, R. 1989. **La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía**. Paidós, Barcelona. (original 1980).
- BARTHES, R. 2002. **Lo obvio y lo obtuso**. Paidós, Barcelona. (original 1982).
- BIL'AK, P. 1998. "Falta de diseño, exceso de diseño y volver a diseñar". El texto apareció publicado en el catálogo de a XVIII Bienal de Diseño Gráfico en Brno (1998) y en el número 2 de la revista Dot Dot Dot (invierno, 2000) [http://www.typotheque.com/articles/falta\\_de\\_diseno\\_exceso\\_de\\_diseno\\_y\\_volver\\_a\\_disenar/](http://www.typotheque.com/articles/falta_de_diseno_exceso_de_diseno_y_volver_a_disenar/)
- BOURDIEU, P. 1979. **La fotografía, un arte intermedio**. Nueva imagen, México. (original 1965).
- BRISSET, D.E. "Acerca de la fotografía etnográfica". *Gazeta de Antropología* N° 15, 1999 Texto 15-11 [http://www.ugr.es/~pwlac/G15\\_11DemetrioE\\_Brisset\\_Martin.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G15_11DemetrioE_Brisset_Martin.html)
- CONCHA, J.P. 2004. "Más allá del referente, fotografía. Del índice a la palabra". Colección Aisthesis "30 años" N° 3, Instituto de Estética, Pontificia Universidad Católica de Chile. <http://www.frasis.cl/Masalla>.
- DUBOIS, P. 1999. **El acto fotográfico**. Barcelona, Paidós, Barcelona (original de 1983).
- DUDLEY, A. 2002. "La teoría de André Bazin". Los documentalistas, <http://www.documentalistas.org.ar/nota-teoria.shtml>.
- ECO, U. 1985. **Obra abierta**. Ariel, Barcelona. (original de 1962).
- ELIZONDO, J. 2006. **Signo en acción. Origen común de la semiótica y el pragmatismo**. Editorial Universidad Iberoamericana, México.

- LUPTON, E. 1988. "Writing Lessons: Modern Design Theory". [www.typosphere.com/site/author.php](http://www.typosphere.com/site/author.php)
- LUPTON, E. 1994. "Deconstruction and Graphic Design: History Meets Theory" <http://www.typosphere.com/site/author.php>
- MALPARTIDA, J. 2004. "El dolor, la justicia y Susan Sontag". Letras Libres <http://www.letraslibres.com/index.php?art=9558>
- MOLES, A. 1991. **La imagen. Comunicación funcional**. Trillas-Sigma, México. (original 1981).
- POYNOR, R. 2003. **No más normas. Diseño gráfico posmoderno**. G. Gili, México.
- SAINT-MARTIN, F. 1990. **Semiotics of visual language**. Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis. (original 1987).
- WILLIS GARCÍA-TALAVERA, J. 2002 "La estandarización del modelo de programa de mano Metro-Goldwyn-Mayer" en **Revista Latina de Comunicación Social**, número 51, de junio-septiembre de 2002, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002jwillisjunio5208.htm>