UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa De Comunicación Social

Informe Auxiliar de Investigación: Apoyo En La Investigación “Mujeres En Venta”

Preparado Por:

Angie Lorena Romero Ospitia

Bogotá D.C. – Colombia

2018

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa De Comunicación Social

INFORME AUXILIAR DE INVESTIGACIÓN: APOYO EN LA INVESTIGACIÓN "MUJERES EN VENTA"

Angie Lorena Romero Ospitia

Angie Lorena Romero Ospitia

ESTUDIANTE IV COMUNICACIÓN SOCIAL

Universidad Cooperativa De Colombia

Tutor: Liza Adriana Higuera Rubio

Bogotá D.C. – Colombia

2018

Dedicatoria

Este análisis de investigación, quiero dedicárselo en primera instancia a Dios, quien me dio la fortaleza y valentía de asumir retos que posiblemente en mi mente no creía poder resolverlos, puedo decir que no fue un camino fácil, pero él me dio la sabiduría para poder realizar cada uno de mis objetivos propuestos.

En segundo lugar, quiero agradecer a mis padres José Romero e Idaly Ospitia, por apoyarme incondicionalmente en todo momento, no solo económicamente sino con cada consejo que me ayudo a tomar las mejores decisiones; por guiarme para poder ser una profesional y lograr ese sueño que por diferentes circunstancias ellos no pudieron cumplir.

Y, en tercer lugar, a mis hermanos, por ser mi mejor ejemplo de perseverancia y constancia en cada uno de los restos que la vida pone en nuestro camino, poniéndole corazón y pasión a cada una de nuestras tareas.

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme la vida, por darme la fortaleza en los momentos de dificultad y de debilidad.

De igual forma, quiero agradecer a mis tutoras Lida Robelto y Liza Higuera, quienes me guiaron en cada uno de los procesos que se llevó a cabo en este análisis, siempre con su mejor disposición y con su esa pasión que nace del corazón de estas dos docentes.

Por ultimo quiero agradecer a mi familia por enseñarme a soñar y a volar aun cuando existen momentos de crisis, por mostrarme que la familia en el centro y la base en el cual se forman los grandes profesionales.

Resumen

Este análisis, partió desde un proyecto de investigación realizado por la docente Lida Robelto el cual es “Mujeres en Venta”, en el que se lleva a cabo un proyecto social por medio de una página web, contra del maltrato y la trata de mujeres en el país de Argentina. En esta página ser realizan diferentes piezas gráficas y audiovisuales, las cuales permiten obtener una narrativa transmedia de cada uno de los productos que allí se presentan.

Teniendo claro lo anterior, en esta investigación se tomó como foco de análisis, cinco cómics que fueron publicados en esta página. Se analizó cuáles fueron las herramientas comunicativas que el diseñador utilizo para transmitir el mensaje en cada una de las historietas como, por ejemplo, los trazos, el color, los globos de dialogo y las metáforas.

Durante el análisis, se logró comprender las diferentes maneras en las que un comic puede comunicar un mensaje, los trazos gruesos o muy pronunciados significan dolor y odio, el color negro combinado con el blanco significan tristeza y melancolía. De esta manera se comprende que estas historietas comunican algo a simple vista y otra cosa cuando se ve el trasfondo del mensaje.

La metodología empleada en este proyecto fue de análisis de documento, en el cual se investigaron diferentes fuentes y autores que sustentan la investigación.

Palabras claves

Cómic

Mensaje

Imagen

Percepción

Visión

Comunicación

Color

Trazos

Abstract

This analysis, it departed from a project of investigation realized by the educational Lida Robelto which is " Women in Sale ", in that a social project is carried out by means of a web page, against from the mistreatment and it treats her as women in the country of Argentina. In this page to be they realize different graphical and audio-visual pieces, which allow to obtain a narrative transmedia of each of the products that there they present.

Having the previous thing clear, in this investigation one took as an area of analysis, five cómics that were published in this page. There were analyzed which were the communicative tools that the designer I use to transmit the message in each of the tales, since for example, the outlines, the color, the globes of dialog and the metaphors.

During the analysis, it was achieved to understand the different ways in which a comic can communicate a message, the thick or very pronounced outlines mean pain and hatred, the black color combined with the white they mean sadness and melancholy. Hereby there is understood that these tales communicate something to simple sight and other one sews when one sees the background of the message.

The methodology used in this project was of analysis of document, in which there were investigated different sources and authors who sustain the investigation.

Keywords

Cómic Color

Message Outlines

Image

Perception

Vision

Communication

Tabla de contenido

RESUMEN…… 5

PALABRAS CLAVES…….. 5

ABSTRACT…… 6

KEYWORDS…… 6

TABLA DE CONTENIDO…… 7

ANEXO DOCUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN “MUJERES EN VENTA”……. 8

INTRODUCCIÓN…… 16

PREGUNTA PROBLEMA…… 18

PROBLEMÁTICA…… 18

OBJETIVO GENERAL…… 20

OBJETIVOS ESPECÍFICOS…… 20

JUSTIFICACIÓN…… 21

METODOLOGÍA…… 23

MARCO TEÓRICO…… 26

MARCO CONCEPTUAL…… 31

ANÁLISIS CÓMICS…… 34

CONCLUSIONES…… 41

BIBLIOGRAFÍAS……..42

A continuación, se realiza el anexo del trabajo de investigación realizado por la docente Lida Robelto “Mujeres en Venta”, del cual se toma el problema de investigación, objetivos propuestos, marcos de referencia y propuesta metodológica general.

Planteamiento del problema de investigación

El cine documental, así como el documental televisivo se ha producido para ser difundidos a través de las salas de cine o de la televisión. En cuanto al primero, su duración está sujeta a lo que sería un corto, medio o largometraje documental. Para el caso del segundo, la televisión le ha impuesto una duración máxima de media hora o de una hora para ser incluido en las parrillas de programación; así mismo, el documental para televisión puede ser de una sola emisión (que no hace parte de una serie distribuida en capítulos) o se puede concebir dentro de una serie documental.

El desarrollo de la multimedia en los 90s y la tecnología Flash, le permitió a los contenidos audiovisuales incorporar el hipertexto para darle la posibilidad a la audiencia de interactuar con el contenido, bajo una narración de tipo no lineal. (Scolar, 2013, p.197)Es decir, el espectador puede ahora elegir el orden por medio del cual consume los contenidos (ya no solo audiovisuales, sino también textuales, fotográficos, ilustraciones, entre otros) por medio de vínculos interconectados en donde ya no solo asiste a la proyección o difusión, sino a la interacción.

De esta forma el documental se comienza a alojar en sitios web y se da paso a una nueva era: el documental interactivo. (Scolar, 2013, p.197). Aquel que rompe las barreras de lo audiovisual, e incluye contenidos para que el usuario interactúe con la historia Sumado a ello, la masificación de internet trajo consigo la aparición de plataformas de video (Dailymotion, YouTube, Vimeo), las redes sociales, dispositivos móviles, nuevos formatos de contenido, entre otros desarrollos; los cuales cambiaron la producción y divulgación de contenido.

La aparición de estos nuevos medios, plataformas y dispositivos dentro del ecosistema mediático, le dan lugar a nuevas posibilidades narrativas a los formatos

audiovisuales tradicionales, entre ellos al documental, gracias a la aparición de las narrativas transmedia.

Para Jenkins las narrativas transmedia expanden su contenido por varios medios y plataformas e involucran a la audiencia de una manera participativa (Citado por Corona, 2014, p. 4). El contenido puede comenzar en la televisión, pasar a los webisodios, a los libros, a las novelas, a las piezas gráficas, al documental y así sucesivamente de acuerdo a la cantidad de medios que se desee.

El carácter expansivo también ha influido en el documental. Este formato ha "evolucionado" a lo que se le conoce como documental transmedia, un ejemplo de este es "Mujeres en Venta". Una producción que aborda la trata de mujeres en la ciudad de Rosario, Argentina, no solo a través de un documental para televisión; también a través de otros medios, los cuales gracias a la comunicación digital e interactiva hicieron posible que el contenido se haya expandido a un documental interactivo, un cómic seriado (digital e impreso), afiches en vía pública con interacción usando realidad aumentada, un mapa interactivo, movisodios (videos cortos para ser vistos por el celular), y finalmente estrategias en las redes sociales Facebook y twitter.

Teniendo como base el caso de "Mujeres en venta" y su expansión narrativa influenciada por la comunicación digital e interactiva, se hace necesario plantear la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es el papel de la comunicación digital e interactiva en la construcción narrativa del documental transmedia "Mujeres en Venta"?

Este documental transmedia surge en la Universidad Nacional de Rosario, en la República Argentina. Es una de las producciones transmedia nacidas tanto en la Especialización como la Maestría en Comunicación Digital e Interactiva que ofrece ésta Universidad; pionera en Latinoamérica no solo en cuanto a la enseñanza sino también en la producción intelectual sobre este tipo de narrativas.

Objetivos

Objetivo general: Identificar el papel de la comunicación digital e interactiva en la construcción narrativa dentro del documental transmedia “Mujeres en venta”.

Objetivos específicos:

Determinar las posibilidades narrativas que añade la tecnología digital e interactiva propia del documental transmedia al documental tradicional de acuerdo al caso seleccionado.

Caracterizar la implementación de las herramientas tecnológicas y los formatos digitales que posibilitaron la intervención de la audiencia dentro de la creación y la narración.

Consolidar una propuesta divulgativa que recoja el proceso para la incorporación de las herramientas propias de la comunicación digital e interactiva, dentro del proceso de creación de documental transmedia.

Marco Teórico

La base teórica de la presente investigación se fundamenta en la Ecología de medios. Scolari (2015, p. 28) defiende esta teoría, por medio de la cual se realiza una metáfora de un ecosistema biológico aplicado al estudio de los medios, en donde se busca que cada medio y su contenido no sean estudiados de manera aislada, sino dentro de un ecosistema en el que conviven múltiples medios y dispositivos que experimentan relaciones similares a los de las especies en un ecosistema biológico (Scolari, 2014): un medio domina a otro (internet a la televisión), varios medios se fusionan (la convergencia de radio, tv y en prensa en internet) o se transforman algunos de ellos con la llegada de uno nuevo (el cine mudo pasó a ser sonoro).

Para la presente investigación acudiremos a algunas categorías de análisis de base, que servirán de eje articulador. Ellas, por validez científica provienen en esencia de autores que las han propuesto y validado en la comunidad académica. Para nuestro caso

particular estas categorías son los insumos centrales para construir la teoría. Algunos de ellos servirán para apoyarse en la descripción de las categorías emergentes.

Transmedia: Henry Jenkins definió las narrativas transmedia como aquellas que cumplen dos requisitos, por un lado, utilizan tres o más medios o plataformas en su expansión, y por otro, aprovechan el carácter participativo que pueden llegar a tener los usuarios – audiencia, de tal manera que esta se apropia del contenido, lo reelabora, lo amplia, lo redistribuye y hasta lo expande (Corona, 2014, p. 4). Eso quiere decir que un universo narrativo puede comenzar en un cómic, luego pasar a una serie de televisión, un filme, un webisodio. Para ello, el contenido debe ser "liquido", adaptable a cada uno de los medios o plataformas, de tal manera que tenga un carácter "serial", pero a la vez distinto en cada medio (Scolari, 2013, p. 39).

Crossmedia: Se trata de una producción que va por varios medios al igual que la narrativa transmedia, pero se diferencia de esta en que los medios se apoyan uno al otro; es decir, se concibe como "una producción integrada ... los contenidos se distribuyen y son accesibles a través de una gama de dispositivos ... el uso de más de un medio debeservir de soporte a las necesidades de un tema/historia/objetivo/mensaje" (Bourans citado por Scolari, 2013, p. 27).

Hipermediaciones: Carlos Scolari, (2008. p. 113) en su texto "Hipermediaciones" propone que éstas se deben entender como "la suma entre el hipertexto más lamultimedia". Se deduce, según el mismo autor que aquellas son una extensión del hipertexto, en la medida en que una y otro concepto remiten a la dimensión interactiva.Así como el texto, tipográfico o digital remite a otros textos, a otros autores. La multimedialidad tiene como principio simular la interacción con otras herramientas cibernéticas.

Documental Interactivo: "Las nuevas formas de comunicación digital hicieron que el documental tradicional evolucionara hacia el llamado interactive documentary, un relato de base hipertextual ... en el cual el contenido se fragmenta y el usuario debe navegar por en una red" (Scolari, 2013 p.197) en la que ya no solo encuentra contenido

audiovisual, sino que también tiene la posibilidad de decidir qué contenido consume del abanico de posibilidades de tipo multimedial que a menudo están alojadas en un sitio web.

Documental transmedia: Al referirse a transmedia, implica que trae consigo una expansión narrativa, es decir que el contenido multimedial ya no está centralizado como sucede en el documental interactivo sino que se expande a varios medios offline y online en donde dicho contenido se adapta a cada medio (Scolari, 2013, p. 87), por ello, " el documental transmedia va más allá y lleva sus contenidos a medios y plataformas, buscando siempre la complicidad de los prosumidores" (Scolari, 2013 p. 197 - 198). Es decir, debe involucrar a la audiencia en su expansión narrativa.

Autocomunicación: En el conjunto de su obra, Castells (2010 p. 88 – 108) ha advertido que un mundo de comunicación unidireccional la comunicación de masas está siendo puesta en cuestión, por el desarrollo simultáneo de una cultura de la libertad individual y de las tecnologías de la comunicación digital. De igual modo, el autor plantea como aspecto fundamental las prácticas, los usos y la diversidad de funciones que los migrantes o nativos digitales deciden producir a través de internet y sus aplicaciones, más que de la televisión, la radio o la prensa tradicional. Ello remite a según el propio Castells a una economía de la comunicación en la que los mensajes producidos fuera de intereses corporativos, o mejor desde las particularidades individuales o los intereses locales tienen la intencionalidad potencial de llegar a una audiencia global.

Lo virtual: Categoría propuesta por Pierre Lévy, quien la define en su obra "¿Qué es lo virtual?" (1999. P. 8) como una potencia digital que abre posibilidades de creación de otra realidad, "lo virtual, en un sentido estricto, tiene poca afinidad con lo falso, lo ilusorio o lo imaginario. Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozo llenos de sentido bajo la superficialidad de la presencia física inmediata" (1999. P. 8). La categoría de lo virtual en Levy se opone a la idea planteada por Baudrillard (1994. P 25) quien la concibe como una suplantación de la realidad, o un simulacro de origen técnico

que acaba con la noción de realidad, no en su existencia misma, sino en su estatuto de identidad referencial.

Estado del Arte

La Ecología de medios, es la base teórica desde la cual el investigador argentino Carlos Alberto Scolari (2015), sugiere abordar el estudio de las Narrativas Transmedia; en las cuales está inmerso el documental transmedia. Scolari retoma dicha teoría abordada por Marshall MacLujan (Scolari, 2015 p. 23) y Neil Postman (Scolari, 2015 p. 24) – entre otros autores- mediante la cual se realiza una metafora del ecosistema biológico para analizar el comportamiento de los medios (como especies) dentro de ecosistemas mediaticos. De esta forma el autor aplica conceptos propios de las ciencias ecológicas y biológicas a los medios, como la hibridación, la simbiosis (fusiones de medios) o la aparición de nuevas especies (la aparición de nuevos medios o dispositivos) (Scolari, 2014).

El documental transmedia también es investigado desde la comunicación digital. En su blog Hipermediaciones, Scolari aborda el carácter expansivo de este formato originado en la narración audiovisual, pero ahora potenciado por la red, “si el documental interactivo encontró en la web un espacio privilegiado de expresión, el documental transmedia va más allá y lleva sus contenidos a otros medios y plataformas, buscando siempre la complicidad de los prosumidores” (Scolari, 2012).

Para realizar una producción transmedia de tipo documental o ficcional, además de planear la narración a través de varios medios o plataformas, los creadores deben ver su trabajo como la concepción de un universo narrativo amplio más que de una historia, lo que también posibilita la expansión porque “las transmediaciones hacen parte de industrias que a través de la producción de una obra más que de un producto para vender, funcionan con el propósito de crear mundos con complejas estéticas y líneas narrativas que no se agotan en una entrega” (Amado, 2014, pág. 201). La comunicación digital hace que el usuario tenga la posibilidad no solo de interactuar con el contenido sino de participar en la expansión del mismo a través de su intervención en redes, plataformas y lugares de encuentro en internet.

Metodología

La investigación se desarrollará en el nivel analítico, por cuánto de lo que aquí se trata es de entender la manera cómo la comunicación digital e interactiva impacta la construcción narrativa en el documental transmedia “Mujeres en Venta”.

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo y se plantea el diseño implementación de los siguientes instrumentos:

Para el primer objetivo, determinar las posibilidades narrativas que añade la tecnología digital e interactiva propia del documental transmedia al documental tradicional de acuerdo al caso seleccionado, se llevará a cabo un análisis de contenido. En cuanto al segundo objetivo, caracterizar la implementación de las herramientas tecnológicas y los formatos de la comunicación digital e interactiva, que posibilitaron la intervención de la audiencia dentro de la creación y la narración; se desarrollará mediante la técnica de entrevista al equipo de producción del documental “Mujeres en venta”.

Mujeres en venta fue producido exactamente por el equipo de docentes e investigadores de la maestría en Comunicación Digital e interactiva de la Universidad Nacional de Rosario en Argentina; pioneros en América Latina, no solamente en la enseñanza y producción de contenidos transmediales sino también en la producción intelectual en ésta área. De la misma forma, este postgrado tiene el mérito de ser el creador de la Cátedra Latinoamericana de narrativas Transmedia.

Para ello, se requiere una salida de campo a la Universidad Nacional de Rosario en Argentina, para la aplicación de instrumentos que permitan conocer el proceso desarrollado en la implementación de herramientas tecnológicas y formatos digitales dentro de dicho documental, temática que es objeto de investigación del segundo objetivo.

Finalmente, el tercer objetivo, consolidar una propuesta divulgativa que recoja el proceso para la incorporación de las herramientas propias de la comunicación digital e interactiva dentro del proceso de creación de documental transmedia; se plantea

desarrollar un análisis documental. A partir de los resultados de los dos primeros objetivos y sumado a una búsqueda documental sobre documental transmedia, se realizará la fundamentación para consolidar dicha propuesta divulgativa.

Introducción

En este proyecto, se llevará a cabo el análisis de una serie de Cómic elaborado por Anahi Lovato y Daniel Gonzáles (2016), el cual se encuentra publicado en la página web de "Mujeres en venta". Esta página web surgió de un proyecto desarrollado por la docente Lida Robelto "El papel de la comunicación digital e interactiva en la expansión narrativa del documental transmedia *mujeres en venta*", en el cual, de una manera narrativa audiovisual, permitiendo evidenciar la problemática que viven las mujeres de Argentina, en cuanto a violencia física y psicológica, mostrándolo desde diferentes ámbitos.

La imagen a lo largo de la historia ha evolucionado, por su parte William John Thomas Mitchell el autor del libro "La teoría de la imagen" (2009), en el cual afirma "Todos los medios son mixtos y todas las representaciones son heterogéneas". Mitchell se refería a dos componentes lo que la imagen y el texto, los cuales de alguna manera se complementan; en el caso de nuestro análisis es lo que se puede evidenciar en el Cómic ya anteriormente mencionados, imágenes (dibujos) y textos (relatos) que se interrelacionan para emitir un mensaje.

La página de mujeres en venta, por medio de la narrativa transmedia muestra los diferentes escenarios en los cuales la mujer es agredida, en este caso podemos ver la comunicación en su ámbito social. Esta plataforma cuenta con diferentes componentes como lo son videos, movisodios, artículos, documentales, comics entre otros. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, en esta investigación se llevará a cabo un análisis del comic que se encuentra en la plataforma digital, analizando a fondo los trazos del dibujo y todo lo que conforma la historieta cómica, para poder entender y comprender que es lo que el autor pretende comunicar mediante cada uno de estos elementos que la conforman.

Modalidad de grado

Según el Acuerdo 219 del 23 de octubre (2014) – Auxiliar de un proyecto de investigación

Artículo cuarto “La modalidad de auxiliar de un proyecto de investigación consiste en la participación de un estudiante en el desarrollo de actividades de un proyecto de investigación bajo la supervisión del investigador principal. El auxiliar de investigación no es un co-investigador del proyecto”.

Pregunta problema

¿Cuál es la intencionalidad comunicativa desarrollada, teniendo como objetivo de análisis el Cómic publicado en la página de “mujeres en venta”?

Problemática

La comunicación nace como una necesidad del ser humano, de poder transmitir sentimientos, emociones, vivencias y experiencias. Existen dos tipos de comunicación los cuales son verbal y no verbal; en la verbal encontramos que la herramienta principal es la voz o el habla, mientras que en la no verbal podemos encontrar las señas, gestos, posturas, miradas entre otros elementos.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el análisis de la tira cómica que se quiere ejecutar podemos evidenciar que la principal herramienta que utilizan los autores Anahi Lovato y Daniel González (2016), es la comunicación no verbal plasmada en cada uno de los gráficos y dibujos del cómic que se encuentra en la página de “mujeres en venta”.

Es interesante ver como Carlos A. Scolari en su libro de Narrativas Transmedia (2013) habla de lo que Marvel hizo con su comic de *Star Wars* y la expansión de la transmedia que se pudo evidenciar aquí, pues paso de ser una tira cómica a un video juego, novela y ser parte del cine (2013, p 29). De esta manera podemos ver el poder que tiene las narrativas transmedia en la era tecnología y digital, en cual los usuarios pueden re significar el contenido que consumen.

Partiendo de la metodología de Scolari (2013), en este análisis se busca saber ¿Cuál es la intencionalidad comunicativa desarrollada por Scolari, teniendo como objetivo de análisis el Cómic publicado en la página de “mujeres en venta” ?, y de qué manera se pueden evidenciar las estragáis de expansión y comprensión narrativa (adición, omisión, transposición).

Este análisis, parte de una investigación realizada por la docente Lida Robelto (2017) en su proyecto ““El papel de la comunicación digital e interactiva en la expansión

narrativa del documental transmedia *mujeres en venta*"; tomando como foco principal de análisis, la tira cómica (Anahi Lovato y Daniel González 2016) publicada en la página anteriormente mencionada.

Objetivo General

Caracterizar la implementación de las herramientas tecnológicas y los formatos digitales que posibilitaron la intervención de la audiencia dentro de la creación y la narración.

Objetivos Específicos

1. Identificar cinco posibles categorías, por los cuales el diseñador desarrolló el comic de la manera en que se encuentra en la página web de “mujeres en venta”.
2. Analizar el contenido del comic basado en la metodología de Scolari
3. Elaborar un video que explique el proceso de construcción del comic para formatos digitales.

Justificación

En esta investigación, se llevará a cabo un análisis del comic que se encuentra en la página web de “mujeres en venta” Lida Robelto (2017), proyecto liderado por la docente Lida Robelto del programa de comunicación social. Este análisis se quiere realizar para poder tener una mirada del ¿Por qué? El diseñador del comic realizo la historieta de esa manera, teniendo en cuenta los trazos, la manera en que los dibujos expresan la problemática real de las mujeres en Argentina.

De esta manera, se busca conocer el significado de las imágenes que se encuentran en cada uno de los recuadros. Realmente es impresionante ver como un comic o historieta puede trasmitir toda una historia en tan solo cinco o seis recuadros, permitiendo así que por medio de la comunicación no verbal llegue este mensaje a la sociedad; permitiendo que este mensaje se convierta en comunicación transmedia.

Por medio de este análisis la auxiliar Angie Lorena Romero, quiere presentar una mirada diferente a la del diseñador principal del comic, para que la docente líder del proyecto Lida Robelto (2017) en su encuentro con el diseñador, presente el análisis y este a su vez realice la comparación de su objetivo con la historieta.

Para desarrollar este análisis, me basaré en el pensamiento “Design thinking” Tim Brown (2008), el cual utiliza estrategias de comunicación para el diseño de diferentes piezas gráficas y la resolución de problemas sociales por medio de ello, dentro de este pensamiento existen algunas etapas como los son definir el problema, investigar, formar ideas, crear prototipos y probar. En el caso de nuestro análisis podremos investigar la problemática social para que de esta manera se pueda comprender la finalidad del diseño del autor y creador del cómic Anahi Lovato y Daniel González (2016).

De igual forma, se tomará como referencia el libro “La teoría de la imagen” de W.J.T. Mitchell (2009) y el libro “Teoría del Diseño Gráfico” de Gabriela Bustos Rojo (2012). Para poder ejecutar el análisis adecuado de las imágenes del cómic que se encuentra en publicado en la página web de “mujeres en venta”; puesto que no todas las imágenes o ilustraciones hablan de la misma manera, en cada una de ellas se debe tener

un análisis detallado de los trazos, el color, la postura, para que de esta manera se pueda conocer eso especial que quiere comunicar tras unos “simple dibujos”.

En este análisis, se busca dar a conocer las diferentes formas de comunicar a través de los cómics. Como comunicadora social, buscó poder implementar cada una de las herramientas de comunicación y de esta manera permitir que el mensaje emitido sea más profundo y fácil de comprender, que con una lectura básica del espectador como generalmente se hace.

Existen diferentes formas o maneras de transmitir la información, por medio de un artículo, por medio de un video, en este caso se hace mediante el cómic lo que permite que el mensaje llegue tanto a niños como a adultos. Por esta razón, se utiliza esta herramienta visual para promover mensajes sociales, que de una manera más didáctica llegue directa o indirectamente.

La comunicación, es algo que se puede vivir a diario en cada uno de los seres humanos, pues consciente o inconscientemente los diferentes comportamientos comunican, ya sea la manera de vestir, mirar, o incluso de guardar silencio. Es por esta razón que este análisis permitirá conocer otras maneras de comunicar, partiendo que se habla de un mundo donde la comunicación verbal queda anulada y resalta la no verbal, como lo es en el cómic.

Metodología

La metodología que se desarrollará en este trabajo, será la misma que implementó la investigadora Lida Robelto (2017) en su proyecto de “mujeres en venta”. Esta metodología desarrolla el nivel analítico de manera que se busca entender la manera en que la comunicación digital e interactiva, genera un impacto en la construcción de la narrativa en el documental transmedia de “mujeres en venta”, por esta razón el enfoque de esta investigación es de tipo cualitativo.

De esta manera dentro de la investigación, se desarrollará un análisis de contenido para poder llevar a cabo con eficiencia cada uno de los objetivos. En el cual se examinarán las diferentes teorías de la imagen, para conocer y reconocer las herramientas de comunicación que utilizaron los autores de la tira cómica Anahi Lovato y Daniel González (2016), para transmitir el mensaje.

Dicho análisis, se empezará con dos libros hablan de la imagen en sus diferentes significados y maneras de ver, el primer libro es de William John Thomas Mitchell “Teoría de la imagen” (2009); y el segundo libro que se analizará es de Gabriela Bustos Rojo “Teorías del Diseño” (2012). Este análisis, se realiza con el objetivo de ampliar el conocimiento de la imagen en sus diferentes fases, teniendo en cuenta que se está investigando la manera de comunicar a través de la tira cómica.

Sin embargo, se tomarán otras herramientas literarias y visuales, los cuales permitirán un desarrollo pleno de la metodología de análisis de contenido que se quiere ejecutar en esta investigación.

A continuación, se realizará el anexo de una tabla de las categorías con las que cuenta este proyecto de investigación.

Tabla 1. Categorías de análisis, elementos que forman el cómic

Categoría	Significado
1. Lenguaje visual	Transmite el mensaje, teniendo en cuenta el tipo de población (Bustos,2012)
2. Imagen	Es una representación de distintos tipos una manera de proyectar lo que se quiere proyectar, partiendo de la división y organización (Mitchell 2009, p. 11)
3. Metáforas visuales	Recurso que generan un mejor desarrollo de la memoria, aligeran y simplifican la información y la transforman en una realidad (Rudolph Arnheim, psicólogo cognitivo 2017)
4. Globo de dialogo	Se define como un elemento o viñeta que contiene las intervenciones o diálogos de los personajes
5. Color	Es una respuesta de estimulación del ojo y los mecanismos nerviosos frente a la luz, por lo tanto el color no existe, sino es la percepción del ojo ante el espectro de la luz blanca (Bustos, 2012, p. 14)
6. Textura	Es aquello que podemos tocar y genera alguna reacción, partiendo que todo empieza de manera visual.
7. Forma	Objeto que cuenta con diferentes componentes como lo es el espacio, tamaño.
8. Plano	Diferentes formas en la cual se puede visualizar una imagen

9. Color en la plataforma digital	Tiene que como punto de partida el RGB (Red, green, blue).

Marco Teórico

En este análisis de investigación, se basará principalmente en dos autores que son Wlliam John Thamas Mitchell y Gabriela Bustos Rojo, de igual forma dentro de la investigación se tendrán en cuenta artículos y otras investigaciones que ayuden a sustentar de una mejor manera el análisis de la tira cómica publicada en la página de "mujeres en venta".

Teniendo en cuenta lo anterior primero se tomará la teoría de la imagen de Mitchell (2009, p.42) el cual dice "Si lo vemos como un hecho, no miramos a la escena del dibujo, sino que imaginamos la actividad del artista", de acuerdo con esto debemos tener dos visiones para poder desarrollar el análisis de la tira cómica, por un lado ¿Qué comunica el dibujo? Y por otro lado ¿Qué busca comunicar el artista?, son dos bases fundamentales pero que a la final terminan uniéndose para concluir que es lo que estas dos características buscan comunicar.

Según Mitchell (2009), la tira cómica se creó con fines humorísticos en el tiempo de los egipcios y se dio gracias a los "egipcios miopes", los cuales no podían ver ni representar la naturaleza en su esplendor, como otros egipcios en su arte rupestre; de esta manera sus espectadores veían de una manera graciosa cada una de sus creaciones, en la manera en que no mostraba la real "naturaleza" de ese momento. Si lo trasladamos a nuestro tiempo pleno siglo XXI, podemos considerar el arte de los "egipcios miopes" como "arte abstracto, el cual propone una realidad distinta a la que por lo general conocemos. Sin embargo, debemos agradecer a los "egipcios miopes", pues gracias a su arte hoy podemos disfrutar de un sinfín de tiras cómicas.

Siguiendo con lo anterior, se hablaba de dos maneras en que se debe analizar el cómic, el dibujo y el artista. Por su parte Mitchell (2009, p.59) habla de "Las meninas es un laberinto infinito y fascinante de reflexiones sobre la relación entre la pintura, el pintor, el modelo y el espectador", en este caso Mitchell (2009), habla de cuatro partes importantes que conforman un pintura o una imagen, cada una de estas partes se interrelacionan para entregar un mensaje, pero a su vez el espectador quien recibe el mensaje, puede

interpretar dicho mensaje como se le fue emitido pero de también de la manera en la él lo percibe, ha esto se le conoce como literatura psicológica, la cual es la lectura que cada uno le da a las diferentes cosas, sin tener en cuenta la finalidad de comunicación del artista.

Con esto podemos decir que la imagen puede contener un sinfín de significados, todo depende de quien lo interprete y de la manera en que lo interprete. Según Mitchell todo se basa en lo que sale de nuestras bocas en relación con la experiencia visual (2009, p. 60). Podemos analizar según lo anterior lo importante que es la experiencia visual que puede tener el espectador, es ese momento en que de una manera visual se puede sumergir e incluso entrar en la pintura, imagen o tira cómica, es allí donde de una manera más detallada le podemos dar significado a lo que vemos.

La tira cómica no solo se compone de dibujos o imágenes, sino que también contiene texto, esto permite que el espectador cuente con una manera más fácil de descifrar el mensaje que el artista o diseñador pretende comunicar. Pues en el momento en que la imagen cuenta con texto, se convierte en una comunicación directa, eso quiere decir que no hay necesidad de un análisis detallado como anteriormente Mitchell (2009) afirmaba, sin embargo, lo nombra como lo visible (palabra/texto) y lo invisible (imagen/dibujo) (2009).

Por otra parte este trabajo se basará en las teorías del diseño gráfico de Gabriela Bustos Rojo (2012), el cual dice “La palabra grafico califica a la palabra diseño, se relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos”, teniendo en cuenta esto podemos asociar la palaba “grafico” con “dibujo”, el cual es el producto visual de la tira cómica, cuyo fin en este caso es comunicar el mal trato físico y psicológico de las mujeres en Argentina; lo que aquí se puede evidenciar es la sátira social que quiere mostrar el diseñador; generalmente se conoce la tira cómica como dibujos que tiene como fin ser chistoso, pero esto ha ido evolucionando y también se utiliza sátira en diferentes ámbitos (social, político, cultural, etc.).

Dentro de este contexto, podemos encontrar algunas categorías base las cuales ayudaran a complementar de una manera más amplia el análisis que se quiere llevar a cabo, estas categorías parten del cómic y sus componentes.

Lenguaje visual: se debe transmitir el mensaje adecuado, teniendo en cuenta la población y los recursos oportunos (Bustos, 2012, p. 10), según la autora no todos los públicos son iguales, se debe tener un estudio previo de los espectadores para que, de esta manera, se conozca el tipo de mensaje y la manera en el cual debe ser emitido. En el caso del cómic, se debe conocer que dibujos, colores, ilustraciones son pertinentes para la población a la cual se dirige el mensaje.

Imagen: se cree que es una representación de distintos tipos una manera de proyectar lo que se quiere proyectar, partiendo de la división y organización (Mitchell 2009, p. 11), la imagen se puede ver como esa manera "libre expresión" en el cual el ser puede expresar de una manera visual lo que siente, es el conjunto de trazos, colores y sentimientos.

Metáforas visuales: se han adaptado al cómic, como un recurso que generan un mejor desarrollo de la memoria, aligeran y simplifican la información y la transforman en una realidad (Rudolph Arnheim, psicólogo cognitivo 2017), dicho esto podemos decir que las metáforas visuales le permiten al espectador conocer de qué manera se siente el muñeco de la tira cómica y de esta manera se comprenda con mayor facilidad el mensaje que se quiere comunicar.

Globo de diálogo: Se define como un elemento o viñeta que contiene las intervenciones o diálogos de los personajes, el cual pretende cubrir la variedad de elementos verbales y no verbales y constituye la comunicación humana. Existen distintos tipos de dialogo dentro de los cuales se encuentran los siguientes: susurro (bordes punteados), desprecio (forma de cubo de hielo), agregados (se entrelazan cuando la conversación es larga), pensamiento interno o sueño (se simula como una nube), voz en off (bordes redondeados), charla excesiva (globos apuntado al personaje), aparatos

electrónicos (se ponen el sonido que emiten dentro de un globo), estos globos de dialogo permiten conocer la intencionalidad del mensaje (Scott McCloud, 2013).

Color: es una respuesta de estimulación del ojo y los mecanismos nerviosos frente a la luz, por lo tanto, el color no existe, sino es la percepción del ojo ante el espectro de la luz blanca (Bustos, 2012, p. 14). Isaac Newton (1672), realizó un experimento que permite decir que la luz blanca está formada por tres colores básicos los cuales son: rojo verde y azul; este fenómeno acontece cuando la luz blanca pasa por un prisma de cristal, el cual se convierte en espectro de colores parecido a un arco iris (Bustos, 2012).
Teniendo en cuenta lo anterior, a los colores se dio un significado que corresponde a algún estado de ánimo emocional, estos son algunos ejemplos: blanco (se asocia a la pureza, inocencia, positivo, infinito), negro (se asocia a impuro, maligno, misterio, elegancia), gris (se asocia a neutralidad, ausencia de energía, tristeza, duda, melancolía) (Bustos,p. 19-20), estos son algunos colores y en el caso de la investigación son los colores que tiene el cómic.

Textura: es el relacionado con las cosas táctiles: que sensación produce una superficie al tocarla. Sim embargo, tales cualidades están obviamente conectadas con las propiedades visuales, ya que lo normal es que veamos una superficie antes de tocarla…).

Forma: es aquel cuerpo que cuenta con diferentes clases, como por ejemplo la bidimensional en la cual se tiene en cuenta su altura y lo ancho, la tridimensional en la cual se tiene en cuenta altura- ancho- profundidad o grosor, naturales son aquellas que hacen parte de nuestro entorno como una flor o una roca, artificiales son aquellas que el hombre ha creado como una cama, un celular.

Planos: existen diferentes tipos de planos dentro de los que se encuentran los siguientes: plano general es el cual se captura la mayor parte de la escena de manera angular, plano entero es donde el sujeto ocupa todo el encuadre, plano medio es en el cual aparece el sujeto de la cintura a la cabeza, plano corto en este se toma solo del pecho a la cabeza, primer plano este va de los hombros a la cabeza este puede ir de frente o de lado, plano detalle se encarga de resaltar una parte determinada de la escena.

Color en plataformas digitales: el ordenador o computador muestra en la pantalla los colores en el modelo RGB (Red, Green, Blue), lo cual es la mezcla de los tres colores primarios de la luz. En una página web se define por la cantidad que se tenga de cada uno de ellos, habitualmente se utiliza (RRGGBB), siempre debe procurar no usar más de 4 colores, pues esto puede causar saturación visual para el espectador (Bustos, 2012, p. 22).

Marco conceptual

En este proyecto, se tomó como foco de investigación cinco cómics publicados en la página web “Mujeres en venta”. Con estas historietas se busca conocer las formas de comunicación utilizadas por el diseñador de los cómics, para trasmitir el mensaje social tema principal del sitio web, teniendo en cuentas las partes que conforman la historieta cómica.

Dentro del análisis, se pudo resaltar algunas de las partes que conforman el cómic, para poder comprender el trasfondo de cada uno de los dibujos, dentro de las que se encuentran: lenguaje visual en cual se tiene en cuenta el tipo de población (Bustos, 2012), imagen lo cual es la manera de proyectar visualmente diferentes ideas (Mitchell, 2009), metáforas visuales los cuales permiten darse una idea del dialogo entre los animados (Rudolph Arnheim, 2017), globo de dialogo viñeta en la que se encierran los diferentes diálogos, entre otros.

Teniendo en cuenta lo anterior, se pudo evidenciar que uniendo estas partes que conforman la historieta, se conoce la manera en que los personajes se sienten de acuerdo a lo que quieren trasmitir; por ejemplo en los cómics de la página “Mujeres en venta” según sus trazos, los gestos de los animados, la combinación de colores y globos de dialogo, comunicaban soledad, violencia, tristeza, vacíos emocionales, miedo, sometimiento, resentimiento, comunicación que tal vez a simple vista no se puede notar o percibir por el espectador.

De esta manera, se puede concluir una parte diciendo que la comunicación “no verbal” dice y expresa más que mil palabras, pues conlleva un trasfondo más profundo el cual necesita de un análisis más detallado, para comprender el mensaje que es emitido por su diseñador o creador.

Por otra parte, el cómic está conformado por el color, la imagen, metáforas, globos de dialogo, dibujos, entre otros elementos. Cada una de estas partes emite un mensaje como anteriormente se menciona, en la manera en que le permiten al espectador vivir

una experiencia con cada uno de ellos, emocional y sentimentalmente a la hora de introducirse en los cómics.

Para dar un inicio detallado a cada uno de estos conceptos, se tomará en primer lugar el color. El color es uno de los elementos que más comunican, definen en muchas ocasiones el estado de ánimo de una persona o su situación emocional, como lo deja claro la docente del IDE Isabel Ríos (2018) ciado por el Periódico el País (2018) “Tanto si somos conscientes como si no, los colores generan reacciones humanas diferentes, por el color en sí, por sus asociaciones históricas y por momentos personales y aprendidos". De esta manera, se puede resaltar la manera en que el color permite que exista una no verbal pero efectiva.

Por esta razón es una parte importante de la historieta cómica, pues los colores que la componen hablan de sentimientos, sensaciones y estados de ánimo, tanto del artista como del espectador. Por ejemplo, los colores claros tienen a producir emociones positivas de calma, serenidad y tranquilidad, todo lo contrario, a los colores oscuros los cuales producen negativismo, dolor, tristeza u melancolía. Cada gama cromática de alguna manera emite un sentimiento ya sea negativo o positivo.

Otro concepto importante es la imagen. La imagen es una representación o modelo de la realidad que nos rodea, básicamente de nuestro entorno del mundo en general. Esta está compuesta por algunos elementos como lo son puntos, planos, líneas, forma, lo que permite que la imagen sea identificada por el ojo. El punto es el espacio del plano que fija los centros de atención; el plano es aquel que le da un espacio y soporte a la imagen; las líneas es el componente que da orden al plano y tiene la capacidad de aportar contorno, volumen, proporción y dimensión; la forma es un elemento que modifica el objeto y permite que este cambie de orientación o posición.

Para dar continuidad a los conceptos que hacen pare del cómic, la metáfora es parte fundamental de los mismo, pues esta permite que los dibujos tengas voz a través de sus diálogos. Esta le da sentido a la escena jugando a su vez con los gestos y movimientos del animado, dando una idea más clara al espectador de aquello que está haciendo el

personaje cómico. Estas metáforas no solo están conformadas de texto, sino también de símbolos como interrogación, de admiración y puntos suspensivos, que al igual que las palabras transmiten un mensaje.

Las metáforas, van unidas o conectadas con los globos de diálogos, los cuales son aquellos que encierran la conversación en las historietas cómicas. Estos globos de dialogo también tiene una intencionalidad para comunicar sentimientos o emociones de cada uno de los personajes, por ejemplo, si los globos terminan en punta, la conversación que lleva a cabo el dibujo animado es violento o puede ser una discusión, por otro lado, si es en forma de nube significa que aquel dibujo está analizando una idea en su mente. Estos globos de dialogo tiene diferentes formas, todo esto varía de acuerdo a la intencionalidad del mensaje que se quiere transmitir.

Para finalizar, cada uno de estos elementos que conforman la historieta cómica se tomara el concepto de dibujo. El dibujo existe desde el arte rupestre, en el cual las personas imitaban y plasmaban su realidad, lo que vivían en su entorno, estos gráficos están conformados por figuras geométricas que le dan una nueva forma o un nuevo significado cuando se complementan. Existen diferentes tipos de dibujos como lo son paisajes, retrato, animación, entre otros. En el cómic el dibujo es parte fundamental, pues desde ese punto donde nace la idea de hacer una historieta, cuando nace un personaje que merece ser protagonista de una gran historia.

Estos conceptos forman parte de la estructura del cómic, pues cada uno de ellos por separado cuenta con una intencionalidad comunicativa, pero se debe tener en cuenta que al momento de unirlos esa intencionalidad cambia y permite que se convierta en un mensaje, que es aquel que el artista pretende que llegué al espectador.

Tabla 2. ***Análisis de los cómics de la página "Mujeres en venta"***

<table>
<tr><td>Lenguaje visual: miedo, dolor, silencio</td><td colspan="2">Imagen:</td><td colspan="2">Metáforas visuales: miedo, zozobra, intriga</td></tr>
<tr><td colspan="2">Globo de dialogo: rectangular</td><td>Color: combinación de blanco, negro y gris</td><td colspan="2">Textura:</td></tr>
<tr><td>Forma: cuadrado</td><td colspan="2">Plano: primer plano, plano medio, plano completo</td><td colspan="2">Color en P.D.: blanco y negro</td></tr>
<tr><td colspan="5">Cómic número 1</td></tr>
<tr><td colspan="5"> </td></tr>
<tr><td colspan="5">Conclusión: en este primer cómic, podemos evidenciar la gama cromática entre los colores blanco, negro y gris, lo cual nos da una primera interpretación de nostalgia, dolor y soledad, se debe tener en cuenta que el color blanco combinado pierde ese toque de luz por el cual se caracteriza. De igual forma los gestos y los primeros planos de la imagen, da una interpretación de que el personaje está confundido y a punto de tomar una gran decisión que se complementa con la metáfora en cada uno de los globos de dialogo.</td></tr>
</table>

Tabla 3. Análisis de los cómics de la página "Mujeres en venta"

<table>
<tr><td>Lenguaje visual: sometimiento, machismo, nostalgia</td><td colspan="2">Imagen:</td><td>Metáforas visuales: tristeza, nostalgia, hipocresía, maldad</td></tr>
<tr><td colspan="2">Globo de dialogo: rectangular</td><td>Color: combinación de blanco, negro y gris</td><td>Textura:</td></tr>
<tr><td>Forma: cuadrado</td><td colspan="2">Plano: plano medio, plano completos</td><td>Color en P.D.: blanco y negro</td></tr>
<tr><td colspan="4">Cómic número 2</td></tr>
<tr><td colspan="4">
</td></tr>
<tr><td colspan="4">Conclusión: en este segundo cómic, prevalece la gama cromática de negro, blanco y gris que denota melancolía. Aquí se puede deducir que hay cierto toque de tristeza, mentira y sometimiento por parte de los personajes.</td></tr>
</table>

Tabla 4. Análisis de los cómics de la página "Mujeres en venta"

<table>
<tr><td>Lenguaje visual: asombro, ironía</td><td colspan="2">Imagen:</td><td>Metáforas visuales: intriga, miedo, desesperación, sarcasmo</td></tr>
<tr><td colspan="2">Globo de dialogo: rectangular</td><td>Color: combinación de blanco, negro y gris</td><td>Textura:</td></tr>
<tr><td>Forma: cuadrada</td><td colspan="2">Plano: primer plano, plano completo</td><td>Color en P.D.: blanco y negro</td></tr>
<tr><td colspan="4">Cómic número 3</td></tr>
<tr><td colspan="4"> </td></tr>
<tr><td colspan="4">Conclusión: en este tercer cómic, se puede evidenciar la cara de desilusión por parte del personaje principal, en el cual se nota por su gesticulación que fue engañada. En cada uno de los planos se puede visualizar suciedad y soledad en el ambiente de la escena, combinado con la arrogancia del otro personaje secundario que aparece en la historieta.</td></tr>
</table>

Tabla 5. Análisis de los cómics de la página "Mujeres en venta"

<table>
<tr><td>Lenguaje visual: miedo, tristeza, hipocresía</td><td colspan="2">Imagen:</td><td>Metáforas visuales: verdad, dolor, investigación, mentira</td></tr>
<tr><td colspan="2">Globo de dialogo: rectangular</td><td>Color: combinación blanco, negro y gris</td><td>Textura:</td></tr>
<tr><td>Forma: cuadrado</td><td colspan="2">Plano: primer plano, plano medio</td><td>Color en P.D.: blanco y negro</td></tr>
<tr><td colspan="4">Cómic número 4</td></tr>
<tr><td colspan="4"> </td></tr>
<tr><td colspan="4">Conclusión: en este cuarto cómic, se puede visualizar dolor, repudio y resentimiento por parte del personaje principal, sigue la gama cromática de tonalidades oscuras, las cuales fortalecen las escenas de dolor, tristeza y soledad. De igual forma los primeros planos de las imágenes permiten ver los gestos de depresión que transmite el personaje.</td></tr>
</table>

Tabla 6. Análisis de los cómics de la página "Mujeres en venta"

<table>
<tr><td>Lenguaje visual: esperanza</td><td colspan="2">Imagen:</td><td>Metáforas visuales: oportunidades, esperanza, riesgo</td></tr>
<tr><td colspan="2">Globo de dialogo: rectangular</td><td>Color: combinación blanco, negro y gris</td><td>Textura:</td></tr>
<tr><td>Forma: cuadrado</td><td colspan="2">Plano: primer plano, pleno medio, plano completo</td><td>Color en P.D.: blanco y negro</td></tr>
<tr><td colspan="4">Cómic número 5</td></tr>
<tr><td colspan="4">
</td></tr>
<tr><td colspan="4">Conclusión: En este último cómic, se puede evidenciar cierto toque de sentimientos positivos, mezclados con miedo, las tonalidades siguen siendo negro, blanco y gris, teniendo en cuenta que el personaje sale de su cautiverio no hay color, lo que permite ver que el dolor era más grande que sed de libertad, de ser lo contrario en la última escena el color que debería prevalecer es el blanco y de las nueve escenas esa es la más oscura.</td></tr>
</table>

Tabla 7. Anexo ejemplos de cómics transmedia

<table>
<tr><td>Lenguaje visual: tristeza, conformismo, sometimiento</td><td>Imagen:</td><td>Metáforas visuales: esperanza, inocencia, intriga</td></tr>
<tr><td colspan="2">Globo de dialogo: nube</td><td>Color: blanco, negro y gris</td><td>Textura:</td></tr>
<tr><td>Forma: rectangular</td><td>Plano: primer plano</td><td colspan="2">Color en P.D.: blanco y negro</td></tr>
<tr><td colspan="4">Cómic número 1</td></tr>
<tr><td colspan="4">
</td></tr>
<tr><td colspan="4">Conclusión: en este caso, se puede evidenciar la gesticulación del personaje, lo cual denota desilusión, dolor, esperanza, combinado con cierto toque de decepción. Por otro lado se puede ver que no es un dialogo que el personaje está teniendo, sino que son pensamientos que ella está teniendo.</td></tr>
</table>

Tabla 8. Anexo ejemplos de cómics transmedia

<table>
<tr><td>Lenguaje visual: asombro, ira, resentimiento, desilusión.</td><td>Imagen:</td><td>Metáforas visuales: machismo, sometimiento, rencor, irrespeto</td></tr>
<tr><td colspan="2">Globo de dialogo: cuadrado, rectángulo</td><td>Color: rojo, blanco, negro, amarillo y gris</td><td>Textura:</td></tr>
<tr><td>Forma: cuadrado</td><td colspan="2">Plano: plano medio</td><td>Color en P.D.: Blanco, negro, rojo</td></tr>
<tr><td colspan="4">Cómic número 2</td></tr>
<tr><td colspan="4">
</td></tr>
<tr><td colspan="4">Conclusión: en estas dos escenas se puede ver el sometimiento por parte de la figura masculina y el machismo por la misma, de igual forma se pueden evidenciar globos de dialogo sin texto, que denota ira y miedo por parte de los dos personajes.</td></tr>
</table>

Conclusiones

Al concluir este trabajo, se pudo deducir la importancia de conocer el trasfondo de cada una de las historietas cómicas analizadas, pues es muy diferente lo que se percibe a simple vista y otra cosa muy diferente es conocer aquello que comunica el color, los trazos, los gestos y cada una de las metáforas que conforman el cómic y son necesarios al momento de conocer realmente el mensaje que se quiere comunicar.

Podemos deducir, que el espectador siempre toma en cuenta su primera observación y con esa se queda, pero es muy importante tomarse el tiempo de analizar la historieta pues todo lo que la conforma es importante y necesario pues todo esto comunica y trasmiten emociones y sentimientos.

Cuando combinamos cada una de estas partes, que como lo mencionábamos anteriormente forman el cómic, se debe tener en cuenta la combinación de estos mismos y el mensaje que emiten con dicha combinación. Por ejemplo tomando los cómics analizados, la combinación entre los gestos de los animados, la gama de colores entre negro, blanco y gris, las metáforas visuales o barras de dialogo y parte de la escenografía; nos permite evidenciar una historia con dolor, tristeza, melancolía; todo lo contrario si en estos mismos cómics se ponen colores llamativos, gesticulación alegre en los personajes y barras de dialogo diferente, encontramos una escena donde hay alegría, felicidad y sentimientos positivos.

Es por esto que, al momento de analizar el contenido de una historieta cómica, debemos tener en cuenta todo lo que esta lo conforma, porque cada una de esas piezas (colores, gestos, metáforas) las cuales son fundamentales y nos hablan a la hora de comprender el mensaje verdadero que el diseñador pretendió transmitir a cada uno de sus espectadores.

Bibliografías

William John Thomas Mitchell (2009). Teoría de la imagen ensayos sobre la representación verbal y visual, ediciones Akal 2009 para lengua española, Estados Unidos.

Lida Robelto Cantor (2017). El papel de la comunicación digital e interactiva en la expresión narrativa del documento transmedia "Mujeres en veta", Universidad Cooperativa de Colombia.

Tim Brown (2009). Pensamiento Design Thinking, España (2017).

Gabriela Bustos Rojo (2012). Teoría del diseño gráfico, Red tercer milenio edición 2012, Estado de México.

Rudolph Arnheim (2017), psicología cognitiva, ¿qué son las metáforas visuales?, 2017, Alemania.

Scott McCloud (2013). Traducir Cómics (2013), párrafo cuatro.

Isabel Ríos 2018. Periódico El País, articulo El mensaje está en el color por María Porcel 2018.

Web grafías

Anahi Lovato, Daniel Gonzales (2016) Mujeres en venta. http://www.documedia.com.ar/mujeres/universotransmedia.html

Slide Share, Teoría del Cómic, imagen secuencial (2016), https://es.slideshare.net/ClaudiaDiaz16/teora-del-cmic

Diseño web Akus.Net. Psicologia y Teoria del color – que efectos producen (2018) https://disenowebakus.net/psicologia-y-teoria-del-color.php

Periódico El País versión on line (2018) articulo El mensaje está en el color https://disenowebakus.net/psicologia-y-teoria-del-color.php