

Introducción <

Cada vez que nos paramos frente a un escaparate de revistas, podemos observar como publicación tras publicación, cientos de revistas luchan no sólo por captar la atención de los lectores, sino por ser la más impactante, ya sea por el manejo del color, lo expresivo de la tipografía o lo innovador del diseño en cada una de sus páginas. Este impacto, además de busca reconocimiento, necesita provocar el consumo y en el mayor de los éxitos la lectura del contenido.

Cada día los diseñadores de revistas se encuentran más preocupados, por brindar a los ojos humanos diferentes propuestas y composiciones originales que capten la atención y logren conjugarse con contenidos interesantes, para así poder lograr el tan difícil objetivo de las piezas editoriales: ser consumidas y leídas.

Sin embargo el campo más explotado (correcta o incorrectamente) y vendido es el del entretenimiento; es la saturación en el mercado de revistas que no promueven ni la educación, ni el conocimiento lo que ha provocado que dos de los temas que dan a nuestras vidas, mucho más que tan sólo un momento de distracción o simple información, sean poco atractivos.

El arte y la cultura, son estos dos temas capaces de dar educación y con esto mayor sensibilidad, inteligencia, crecimiento y capacidad de transformarnos en seres humanos

más consientes con nuestro alrededor. La cultura citando a Argüelles *es todo aquello que permanece en lo más profundo de nuestra experiencia luego de que hemos olvidado todo lo leído*. Y este, hoy, es el compromiso social que el diseño editorial enfrenta. Lograr que la gente sea atraída e impactada por un diseño, para finalmente ser motivada a abrir las páginas de la edición y no solo leer, sino reflexionar y apreciar las manifestaciones culturales y artísticas que nos rodean.

Sin embargo no sólo nos enfrentamos al apogeo de las revistas de entretenimiento. Uno de los dos siguientes problemas, es precisamente el apogeo de una sociedad que no quiere leer y que no se interesa por la cultura y las artes. Este problema empieza realmente cuando crecemos con gran falta de interés hacia todo lo que la palabra escrita representa y con ignorancia sobre las capacidades que la información nos brinda como cultura general. El arte y la cultura se han encasillado como temas aburridos o muy selectos para determinado tipo de personas.

Sin embargo cada día, se puede apreciar una mayor preocupación y un mayor interés, por parte de los jóvenes, por expresar su arte de diferentes formas. Nos encontramos con nuevas generaciones que se interesan por el arte, la pintura, la música, el diseño, y esto nos sirve como gancho para no sólo darles un espacio artístico, sino para sumergirlos en el mundo de la cultura.

“La **lectura** es más que buscar respuestas inmediatas, la verdadera lectura a la larga, nos hace tener más **respuestas** que las que suponíamos cuando fuimos al estante únicamente para obtener y transcribir información. La lectura, nos **forma, transforma**, mientras que la simple información muchas veces nos deforma”.

Juan Domingo Argüelles, Universidad Autónoma del Estado de México

El segundo problema, se encuentra a nivel de diseño y se trata de la falta de piezas atractivas y efectivas dentro del campo artístico-cultural, que logren el impacto visual necesario para lograr interés hacia estos temas. Dentro del diseño de revistas, encontramos un mal aprovechamiento de las herramientas o recursos visuales como la imagolectura, ya que esta es un gran motivador, debido a que explotada al 100% y a su poder persuasivo, provoca un impacto visual tal, que se logrará el objetivo final. Lograr mayor persuasión hacia la lectura en nuestro país, además de una sociedad con una perspectiva diferente y positiva hacia las artes y la cultura.

La lectura estimula una mejor convivencia y a conductas aceptables. La lectura es alimento para la mente, desgraciadamente en nuestro país, no se quiere leer: se quiere ver y esta necesidad es la que nos motiva a hacer uso de una lectura visual, basada en el manejo de imágenes como herramienta persuasiva y poderosa para lograr el impacto necesario en los medios impresos.

De esta manera podremos demostrar y hacer comprender que aprendimos a leer no para poder decodificar una frase o un párrafo, sino para hacer uso de las capacidades que la palabra escrita nos da, por tratarse de una experiencia enriquecedora y digna de disfrutarse.