

Lo que cuentan las portadas: una propuesta metodológica para analizar revistas científicas de comunicación

What Covers Tell Us: A Methodological Proposal for Analyzing Communication Science Journals

Laura González-Díez. Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities (España)

Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. IP del Grupo Consolidado ICOIDI (Investigación en Comunicación a través de la Imagen y el Diseño). Miembro del Grupo de investigación INECO. Especialista en Diseño de la Información. Entre sus principales líneas de investigación se encuentra la Historia del Diseño Periodístico y la Tipografía. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1209-8845>

Belén Puebla-Martínez. Universidad Rey Juan Carlos (España)

Catedrática de la Universidad Rey Juan Carlos. IP del Grupo de Investigación de Alto Rendimiento en Innovación, Educación y Comunicación (INECO). IP del Grupo de Innovación Docente NODOS. Especialista en métodos analíticos de investigación en comunicación social y en didácticas innovadoras, en el estudio de la ficción televisiva española, entre otras. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1481-4238>

Fernando Sánchez-Pita. Universidad Internacional de La Rioja (España)

Profesor en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad Internacional de La Rioja y miembro del Servicio de Incentivación de la Calidad de la Investigación del Vicerrectorado de Investigación. Especialista en medición y evaluación de la producción científica, comunicación académica y medios de publicación científica. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3857-5224>

Artículo recibido: 20/10/2025 – Aceptado: 27/11/2025

Resumen:

El análisis de las portadas de revistas científicas permite comprender cómo cada publicación construye su identidad, comunica su especialización y refleja las prioridades disciplinares. Esta propuesta presenta una ficha metodológica estructurada en diez bloques para examinar de forma sistemática su dimensión visual y editorial. Incluye variables contextuales (ISSN, país, institución, cuartil), composición y orden de lectura, jerarquía visual (imagen, tipografía, color), identidad gráfica, imagen principal, tipografía y paleta cromática. También considera los elementos textuales (título, número, dossier o tema central, etc.) y la coherencia entre forma y función, valorando legibilidad y equilibrio informativo. El instrumento analiza además la consistencia entre números y permite una evaluación cualitativa de originalidad, adecuación académica,

influencias gráficas y evolución. En conjunto, esta herramienta combina enfoques cuantitativos y cualitativos para ofrecer un marco flexible y riguroso que facilita la interpretación de las portadas como representaciones visuales del conocimiento científico.

Palabras clave:

Portada; Diseño; Revista científica; Comunicación científica; Identidad visual

Abstract:

The analysis of scientific journal covers allows us to understand how each publication builds its identity, communicates its specialization, and reflects disciplinary priorities. This proposal presents a methodological template structured into ten sections designed to systematically examine their visual and editorial dimensions. It includes contextual variables (ISSN, country, institution, quartile), composition and reading order, visual hierarchy (image, typography, color), graphic identity, main image, typography, and color palette. It also considers textual elements (title, issue, dossier, etc.) and the coherence between form and function, assessing legibility and informational balance. The tool further analyzes consistency across issues and enables a qualitative evaluation of originality, academic suitability, graphic influences, and evolution. Overall, this instrument combines quantitative and qualitative approaches to offer a flexible and rigorous framework that facilitates the interpretation of journal covers as visual representations of scientific knowledge.

Keywords:

Cover; Design; Scientific journal; Scientific communication; Visual identity

1. Introducción

Este trabajo plantea una propuesta metodológica para facilitar el análisis de portadas de revistas científicas del ámbito de la comunicación. El objetivo principal es ofrecer un instrumento riguroso para la recogida de datos a través del cual poder facilitar estudios integrados de los aspectos visuales, tipográficos y editoriales que conforman la identidad gráfica de estas publicaciones. Esta elección para orientar la propuesta se justifica por la atención escasa que tradicionalmente ha recibido el diseño de portadas en las revistas académicas, a pesar de atender a cuestiones clave con relación a su función en la construcción de la marca editorial, la legibilidad de los contenidos o la propia comunicación de la especialización temática.

La portada, entendida como “elemento informativo de primer nivel que agrupa un conjunto de mensajes periodísticos independientes y no relacionados entre sí” (González-Díez, 2014, p. 82), cumple un papel fundamental en la edición científica, al igual que en otros contextos editoriales. Todo lo relativo a su diseño se orienta a captar la atención de la audiencia desde el primer momento, mediante el uso de recursos visuales y compositivos que combinan la función estética con las funciones informativa e identitaria (Tabuenca-Bengoa *et al.*, 2022). Por ello, como apunta Zappaterra (2008) la portada es “la primera parte y la más importante de cualquier publicación en la que hay que estampar la imagen de marca y los valores asociados a ella” (p. 29). En este sentido, si bien entendemos que las publicaciones científicas presentan una lógica visual propia, condicionada por factores institucionales o normativos y que difiere de la que se da en magazines u

otros medios similares, la portada no deja de ser un elemento informativo de primer nivel, por lo que debería prestársele la atención adecuada, ya que es, además, “un potente reclamo que excita la curiosidad y la atención del lector” (White, 2017, p. 186).

Pese a que existen estudios previos que abordan el diseño de portadas en revistas —destacando aportes como los de Puebla-Martínez *et al.* (2011), González-Díez (2014), Blasco Doñamayor (2017) o Tabuenca *et al.* (2022)— estos carecen de una orientación específica hacia los medios de comunicación científica. Recientemente, con el aporte de Siess (2025), sí se pone el foco en el estudio de las portadas en el contexto académico y científico. En su trabajo, el autor no plantea una ficha de codificación, sino que desarrolla un *software* basado en Python que permite examinar los archivos PDF de revistas académicas, con el fin de detectar diferencias entre publicaciones legítimas y depredadoras, lo cual evidencia que el diseño editorial también puede ser considerado como un indicador potencial de legitimidad científica.

En consecuencia, dada la ausencia de instrumentos específicos para la recogida de datos y su estudio posterior en el contexto de los medios de publicación científicos, la propuesta metodológica de este artículo se desarrolla una ficha de codificación con 75 variables distribuidas en una estructura de diez bloques, para así permitir la recogida sistemática de elementos relacionados con la composición, la jerarquía visual, la identidad editorial, la tipografía, el color y la coherencia gráfica entre números. A partir de la aplicación de este instrumento, se abre la posibilidad de obtener datos cuantitativos (frecuencias, patrones de diseño, recurrencias tipográficas), así como descripciones de tipo cualitativo sobre la evolución estética y la adecuación de cada medio de publicación.

El instrumento que se describe a continuación pretende, por tanto, ofrecer una base sobre la que desarrollar estudios alrededor del diseño editorial de las revistas científica, y contribuir al reconocimiento del papel central de las portadas en la comunicación académica contemporánea. No obstante, muchas de las variables propuestas en este estudio pueden aplicarse o adaptarse al análisis de otras publicaciones que aborden temáticas diferentes.

2. Propuesta metodológica para el análisis del diseño de revistas científicas

Volviendo a poner el foco en el desarrollo de un instrumento para la recogida sistemática de datos como objetivo principal de este trabajo, se plantean como objetivos específicos la identificación de las variables de análisis y su agrupación en categorías homogéneas, conformando la ficha de codificación resultante. En la definición de dichas variables se han tenido en cuenta aspectos vinculados con los usos tipográficos, la organización compositiva, y el empleo de la imagen y del color como recursos visuales determinantes en la comunicación editorial (Krause, 2019; Rolo, 2019; Barnes & Papaelias, 2021).

Esta propuesta metodológica se inscribe dentro de la tradición de los estudios de análisis de contenido, técnica ampliamente utilizada en la investigación en comunicación por su capacidad para ofrecer descripciones objetivas, sistemáticas y cuantificables (Berelson, 1971; Bardin, 1996; Piñuel, 2002; Puebla-Martínez, 2013). Tal como señala Krippendorff (2002), el análisis de contenido permite “formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (p. 28). En este caso, los datos proceden de las portadas de revistas científicas, concebidas como

la primera manifestación comunicativa de la publicación, donde convergen la función estética, la informativa y la identitaria (González-Díez, 2014; Tabuenca-Bengoia *et al.*, 2022).

El presente trabajo aplica dicha técnica al estudio del diseño y la identidad visual de las portadas de revistas científicas de comunicación, entendiendo estas como artefactos visuales donde se codifican las estrategias de marca editorial y los valores asociados a la comunicación académica (Spitzmüller, 2021). A diferencia de estudios automatizados como el de Siess (2025), esta investigación adopta un enfoque manual, descriptivo e interpretativo, centrado en la observación sistemática y en la codificación directa de rasgos visuales, tipográficos y cromáticos. De este modo, se busca complementar los enfoques cuantitativos con una aproximación cualitativa, siguiendo la lógica de los métodos mixtos, en los que la integración de ambos tipos de datos ofrece una comprensión más amplia que la que proporciona cada enfoque por separado (Creswell & Plano Clark, 2011). Además, como apunta Rose, los métodos cualitativos resultan especialmente apropiados para la investigación con materiales visuales (Rose, 2004).

Así, para la recolección de datos, se diseñó un código de codificación *ad hoc*, compuesto por diez bloques temáticos que abarcan variables tanto cuantitativas como cualitativas. Esta estructura permite captar de forma integral la dimensión visual, editorial y simbólica de las portadas, siguiendo la lógica de codificación empleada en investigaciones previas sobre comunicación visual como la de Tabuenca-Bengoia *et al.*, 2022). Los bloques y su finalidad son los siguientes:

1. Datos generales de identificación, con variables informativas básicas (ISSN, país, institución editora, área temática, cuartil, año, número, etc.).
2. Estructura visual, que analiza el tipo de diseño (simétrico, asimétrico, modular o libre), el orden de lectura y la retícula (márgenes, columnas y módulos).
3. Identificación y marca editorial, centrado en la forma de la cabecera (logotipo, isotipo, imagotipo o isologo), su ubicación, tamaño relativo y coherencia entre números.
4. Imagen o recurso gráfico principal, donde se determina el tipo de imagen (fotografía, ilustración, gráfico o collage), su autoría y función comunicativa (Rolo, 2019; Puebla-Martínez *et al.*, 2022).
5. Tipografía, que valora el número de familias tipográficas utilizadas, su clasificación (*serif*, *sans serif*, egipcia, etc.) y la consistencia entre ediciones, considerando que las decisiones tipográficas también expresan la autoridad académica de la publicación (Spitzmüller, 2021; Krause, 2019).
6. Color, que examina la paleta cromática, la presencia de colores institucionales y la variabilidad entre números, teniendo en cuenta el peso simbólico de la cromática como elemento identitario.
7. Información textual presente, donde se codifica la aparición de título, número, fecha, lema o textos destacados.
8. Relación forma-función, que valora la coherencia entre el diseño y el carácter científico de la publicación, la legibilidad y el equilibrio entre estética e información (Barness & Papaelias, 2021).
9. Consistencia editorial, orientado a identificar la existencia de una línea gráfica reconocible y las posibles variaciones justificadas por la temática del número.

10. Valoración cualitativa, con campos abiertos que permiten describir la originalidad del diseño, su adecuación al perfil académico y la evolución visual a lo largo del tiempo.

Figura 1
Ficha de codificación (primera parte)

<p>1. IDENTIFICACIÓN</p> <p>1. Nombre de la revista:</p> <p>2. ISSN:</p> <p>3. URL:</p> <p>4. País:</p> <p>5. Institución editora:</p> <p>6. Idiomas:</p> <p>7. Vía acceso abierto:</p> <p>8. Periodicidad:</p> <p>9. Área temática:</p> <p>10. Cuartil JCR/SJR/Dialnet:</p> <p>11. Índice h:</p> <p>12. Año de publicación:</p> <p>13. Número / volumen:</p> <p>14. PDF número completo:</p> <p>15. Portada:</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>16. Última portada:</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>17. Penúltima portada:</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>2. ESTRUCTURA VISUAL</p> <p>18. Composición</p> <p>19. Tipo de diseño</p> <p><input type="checkbox"/> Diseño simétrico</p> <p><input type="checkbox"/> Diseño asimétrico</p> <p><input type="checkbox"/> Diseño modular</p> <p><input type="checkbox"/> Equilibrio informal</p> <p><input type="checkbox"/> Diseño libre/experimental</p> <p>20. Orden de lectura predominante</p> <p><input type="checkbox"/> Tradicional (Z)</p> <p><input type="checkbox"/> Tradicional (F)</p> <p><input type="checkbox"/> Alternativo / no lineal</p> <p><input type="checkbox"/> No aplicable</p> <p>21. Presencia de márgenes y retícula</p> <p>21.a. ¿Existen márgenes visibles o estructurales?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No aplicable</p> <p>21.b. ¿Se detecta una retícula de maquetación?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No aplicable</p> <p>21.c. Tipo de retícula (si aplica)</p> <p><input type="checkbox"/> Reticula simple (una columna o centrado)</p> <p><input type="checkbox"/> Reticula de dos columnas</p> <p><input type="checkbox"/> Reticula de múltiples columnas</p> <p><input type="checkbox"/> Reticula modular</p> <p><input type="checkbox"/> Reticula libre / subjetiva</p> <p><input type="checkbox"/> No identificable</p> <p>22. Uso de columnas o módulos</p> <p>22.a. ¿Se emplean columnas o divisiones verticales?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No aplicable / imagen a sangre</p>	<p>22.b. ¿Cuántas columnas o módulos se identifican visualmente?</p> <p><input type="checkbox"/> Una</p> <p><input type="checkbox"/> Dos</p> <p><input type="checkbox"/> Tres</p> <p><input type="checkbox"/> Más de tres</p> <p><input type="checkbox"/> No aplicable / indeterminado</p> <p>23. Jerarquía visual</p> <p>24. Elemento dominante:</p> <p><input type="checkbox"/> Imagen</p> <p><input type="checkbox"/> Tipografía</p> <p><input type="checkbox"/> Identidad gráfica</p> <p><input type="checkbox"/> Color</p> <p><input type="checkbox"/> Otro / no identificable</p> <p>25. Niveles jerárquicos:</p> <p><input type="checkbox"/> Un nivel</p> <p><input type="checkbox"/> Dos niveles</p> <p><input type="checkbox"/> Tres o más niveles</p> <p><input type="checkbox"/> No identificable</p> <p>26. Foco visual inicial</p> <p><input type="checkbox"/> Imagen</p> <p><input type="checkbox"/> Título tipográfico</p> <p><input type="checkbox"/> Marca gráfica</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p> <p><input type="checkbox"/> No identificable / foco disperso</p> <p>3. IDENTIFICACIÓN Y MARCA EDITORIAL</p> <p>27. Logotipo / isotipo / imagotipo / isologo</p> <p>28. Presencia: sí / no</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>29. Tipo de marca gráfica</p> <p><input type="checkbox"/> Logotipo</p> <p><input type="checkbox"/> Isotipo</p> <p><input type="checkbox"/> Imagotipo</p> <p><input type="checkbox"/> Isologo</p> <p><input type="checkbox"/> No identificable / no aplica</p> <p>30. Ubicación</p> <p><input type="checkbox"/> Encabezado</p> <p><input type="checkbox"/> Pie</p> <p><input type="checkbox"/> Lateral izquierda</p> <p><input type="checkbox"/> Lateral derecha</p> <p><input type="checkbox"/> Variable</p> <p>31. Tamaño relativo en porcentaje del total de la portada</p> <p><input type="checkbox"/> Menos del 5%</p> <p><input type="checkbox"/> Entre el 5% y el 10%</p> <p><input type="checkbox"/> Entre el 10% y el 20%</p> <p><input type="checkbox"/> Mayor del 20%</p> <p><input type="checkbox"/> No cuantificable</p> <p>32. Consistencia de la presencia visual de la cabecera entre distintos números</p> <p><input type="checkbox"/> Constante</p> <p><input type="checkbox"/> Variable</p> <p>33. Nombre de la revista (cabecera)</p> <p>34. Estilo de construcción del rótulo</p> <p><input type="checkbox"/> Tipográfica</p> <p><input type="checkbox"/> Rotulada</p> <p><input type="checkbox"/> Caligráfica</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta</p> <p><input type="checkbox"/> Otra / no identificable</p>	<p>35. Familia tipográfica</p> <p><input type="checkbox"/> Serif antigua</p> <p><input type="checkbox"/> Serif moderna</p> <p><input type="checkbox"/> Serif egipcia</p> <p><input type="checkbox"/> Sans serif</p> <p><input type="checkbox"/> Caligráfica / manuscrita</p> <p><input type="checkbox"/> Decorativa / display</p> <p><input type="checkbox"/> No identificable / mixta / custom</p> <p>36. Estilo tipográfico</p> <p><input type="checkbox"/> Regular</p> <p><input type="checkbox"/> Negrita</p> <p><input type="checkbox"/> Súper negrita</p> <p><input type="checkbox"/> Cursiva</p> <p><input type="checkbox"/> Negrita cursiva</p> <p><input type="checkbox"/> Caja alta</p> <p><input type="checkbox"/> Caja baja</p> <p><input type="checkbox"/> Condensada</p> <p><input type="checkbox"/> Expandida</p> <p><input type="checkbox"/> Combinada / otra / no identificable</p> <p>37. Tamaño</p> <p><input type="checkbox"/> Muy grande</p> <p><input type="checkbox"/> Grande</p> <p><input type="checkbox"/> Mediano</p> <p><input type="checkbox"/> Pequeño</p> <p><input type="checkbox"/> No medible / variable / no aplicable</p> <p>38. Cambios entre números</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Parcial</p> <p><input type="checkbox"/> No evaluable / no aplica</p> <p>39. Forma de aparición</p> <p><input type="checkbox"/> En positivo</p> <p><input type="checkbox"/> En negativo</p> <p><input type="checkbox"/> Mixto</p> <p><input type="checkbox"/> No evaluable / no visible / transparente</p> <p>40. Otros elementos de identidad</p> <p>41. Lema, subtítulo o descriptor</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> Encabezado</p> <p><input type="checkbox"/> Inmediatamente bajo el título</p> <p><input type="checkbox"/> Pie de página</p> <p><input type="checkbox"/> Lateral izquierdo</p> <p><input type="checkbox"/> Lateral derecho</p> <p><input type="checkbox"/> Superpuesto a la imagen / zona central</p> <p><input type="checkbox"/> Variable entre números / sin patrón definido</p> <p><input type="checkbox"/> No evaluable / no aplica</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No evaluable / ilegible</p> <p>42. Colores corporativos identificables</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> Azul marino</p> <p><input type="checkbox"/> Rojo Oxford</p> <p><input type="checkbox"/> Gris neutro</p> <p><input type="checkbox"/> Verde institucional</p> <p><input type="checkbox"/> Otro especificar</p> <p><input type="checkbox"/> No identificable no aplica</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> No evaluable / no aplica</p> <p>43. Tipografía institucional</p>
---	---	--

Figura 2
Ficha de codificación (segunda parte)

<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Legibilidad media
<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Buena legibilidad
<input type="checkbox"/> No evaluable / no aplica	<input type="checkbox"/> No procede	<input type="checkbox"/> Excelente legibilidad
<input type="checkbox"/> Familia tipográfica:	55. Uso de jerarquías tipográficas	68. Balance entre estética y claridad informativa (Likert)
44. Presencia y coherencia de elementos de identidad visual	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Predomina la estética sobre la claridad
<input type="checkbox"/> Nivel alto	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> La estética pesa más que la claridad
<input type="checkbox"/> Nivel medio	<input type="checkbox"/> No procede	<input type="checkbox"/> Equilibrio entre estética y claridad
<input type="checkbox"/> Nivel bajo	6. COLOR	<input type="checkbox"/> La claridad pesa más que la estética
4. IMAGEN O RECURSO GRÁFICO PRINCIPAL	56. Paleta cromática dominante	<input type="checkbox"/> Predomina la claridad sobre la estética
45. Tipo de imagen	<input type="checkbox"/> Fría	9. CONSISTENCIA EDITORIAL
46. Fotografía / ilustración / gráfico / collage / otra / no hay	<input type="checkbox"/> Calida	69. Grado de coherencia entre portadas de diferentes números
<input type="checkbox"/> Fotografía	<input type="checkbox"/> Neutra	<input type="checkbox"/> Alta coherencia
<input type="checkbox"/> Ilustración	<input type="checkbox"/> Mixta	<input type="checkbox"/> Media coherencia
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> No aplicable / monocromática extrema	<input type="checkbox"/> Baja coherencia
<input type="checkbox"/> Collage	57. Número de colores predominantes	70. Variaciones justificadas por temática del número
<input type="checkbox"/> Otra	<input type="checkbox"/> Un color	<input type="checkbox"/> Sí
<input type="checkbox"/> No hay	<input type="checkbox"/> Dos o tres colores	<input type="checkbox"/> No
47. Autoría	<input type="checkbox"/> Más de 3 colores	71. Existencia de una línea gráfica reconocible
<input type="checkbox"/> Propia	<input type="checkbox"/> No aplicable / imagen en escala de grises	<input type="checkbox"/> Sí
<input type="checkbox"/> De archivo	58. Presencia del color institucional	<input type="checkbox"/> No
<input type="checkbox"/> Colaborador	<input type="checkbox"/> Sí	10. VALORACIÓN CUALITATIVA
<input type="checkbox"/> No especificada	<input type="checkbox"/> No	72. Comentario sobre originalidad del diseño
<input type="checkbox"/> No procede	<input type="checkbox"/> No procede	<input type="checkbox"/> Campo abierto:
48. Temática / función de la imagen	59. Variabilidad cromática entre números	<input type="checkbox"/> Posible codificación auxiliar
49. Representa contenido temático del número	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Originalidad alta
<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Originalidad media
<input type="checkbox"/> Parcialmente	<input type="checkbox"/> Patrones identificables	<input type="checkbox"/> Originalidad baja
<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> No procede	<input type="checkbox"/> No aplicable / no evaluado
50. Función comunicativa	7. INFORMACIÓN TEXTUAL	73. Comentario sobre adecuación al perfil académico
<input type="checkbox"/> Identificativa	60. Título de la revista	<input type="checkbox"/> Campo abierto:
<input type="checkbox"/> Simbólica	<input type="checkbox"/> Presente	<input type="checkbox"/> Posible codificación auxiliar
<input type="checkbox"/> Decorativa	<input type="checkbox"/> Ausente	<input type="checkbox"/> Adecuación alta
<input type="checkbox"/> Narrativa	61. Número y volumen	<input type="checkbox"/> Adecuación media
<input type="checkbox"/> Otra	<input type="checkbox"/> Presente	<input type="checkbox"/> Adecuación baja
51. Grado de relación con el campo de la comunicación	<input type="checkbox"/> Ausente	<input type="checkbox"/> No aplicable / no evaluado
<input type="checkbox"/> Alta	62. Fecha	74. Identificación de referentes o influencias gráficas
<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Presente	<input type="checkbox"/> Campo abierto:
<input type="checkbox"/> Baja	<input type="checkbox"/> Ausente	<input type="checkbox"/> Posible codificación auxiliar
<input type="checkbox"/> Nula	63. Título del dossier o tema central	<input type="checkbox"/> Referentes explícitos
5. TIPOGRAFÍA	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Referentes implícitos o dudosos
52. Número de tipografías distintas	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sin referentes identificables
<input type="checkbox"/> Una sola tipografía	64. Artículos destacados	75. Observaciones sobre la evolución del diseño (si se analiza en serie)
<input type="checkbox"/> Dos tipografías	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Campo abierto:
<input type="checkbox"/> Tres o más tipografías	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Posible codificación auxiliar
<input type="checkbox"/> No se puede determinar	65. Otros textos (cita, editorial, lema, etc.)	<input type="checkbox"/> Evolución positiva clara
53. Familias utilizadas (Thibaudeau)	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Evolución neutra o poco perceptible
<input type="checkbox"/> Elzevir (serif clásica)	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Evolución negativa o regresiva
<input type="checkbox"/> Didona (serif moderna)	8. RELACIÓN FORMA-FUNCIÓN	<input type="checkbox"/> No aplicable / no evaluado
<input type="checkbox"/> Egipcia (slab serif)	66. Coherencia entre diseño y contenido científico	
<input type="checkbox"/> Lineal (sans serif)	<input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Caligráfica / manuscrita	<input type="checkbox"/> Media	
<input type="checkbox"/> Fantasía / decorativa	<input type="checkbox"/> Baja	
<input type="checkbox"/> Combinación mixta	67. Grado de legibilidad de textos (Likert)	
<input type="checkbox"/> No identificable	<input type="checkbox"/> Muy baja legibilidad	
54. Consistencia con números anteriores	<input type="checkbox"/> Baja legibilidad	

3. Resultados: diseño, validación y estructura de la ficha de codificación

El resultado de esta investigación es la elaboración de un instrumento metodológico original, sistemático y replicable que permite analizar de forma integral las portadas de revistas científicas desde su doble dimensión: formal-gráfica y editorial-institucional.

La ficha de codificación diseñada constituye un instrumento estructurado que posibilita el registro y posterior análisis de las variables visuales, tipográficas y cromáticas que configuran la identidad gráfica de las publicaciones académicas.

El proceso de desarrollo del instrumento se estructuró en tres fases: (1) diseño inicial de la ficha de codificación, (2) validación mediante prueba piloto y (3) revisión y depuración final de variables y categorías.

3.1. Diseño inicial del instrumento

En una primera etapa se definieron conceptualmente las dimensiones analíticas y se identificaron las variables clave a partir de la revisión teórica y metodológica de estudios previos. A diferencia de propuestas previas, el instrumento se orienta específicamente al análisis de portadas de revistas científicas, incorporando categorías que integran variables formales (composición, color, tipografía, imagen) y variables editoriales (marca institucional, consistencia visual, identidad académica).

El resultado de esta fase fue una ficha de codificación compuesta por 75 variables organizadas en diez bloques temáticos, que abarcan desde la identificación general de la revista hasta valoraciones cualitativas sobre su adecuación al perfil académico. Cada bloque fue diseñado para permitir la combinación de datos cuantificables (frecuencias, presencia/ausencia, clasificaciones tipológicas) y observaciones cualitativas (comentarios interpretativos, apreciaciones de diseño o coherencia institucional).

3.2. Validación del instrumento

Para comprobar la fiabilidad del instrumento, se llevó a cabo una prueba piloto con un conjunto reducido de portadas seleccionadas de revistas científicas del área de comunicación, siguiendo la lógica de validación metodológica empleada por Tabuenca-Bengoa *et al.* (2022). La prueba permitió evaluar la claridad de las instrucciones, la pertinencia de las categorías y la coherencia interna de las variables, así como comprobar la posibilidad de obtener información sistemática y comparable. En esta fase se identificaron ajustes menores en la redacción de algunos ítems y se incorporaron indicadores de codificación complementarios, con el fin de facilitar la interpretación por parte de distintos codificadores y aumentar la fiabilidad.

Los resultados de la validación confirmaron que la ficha permite registrar de forma estructurada los elementos visuales y editoriales presentes en las portadas, sin requerir conocimientos técnicos avanzados de diseño. Asimismo, se comprobó que el instrumento es adaptable a diferentes niveles de análisis, pudiendo ser aplicado tanto a corpus amplios de revistas como a análisis de casos individuales.

3.3. Revisión final y estructura definitiva

Tras la validación, se estableció la versión definitiva del instrumento, compuesta por los siguientes bloques y variables. Esta estructura resultante permite un análisis exhaustivo y versátil, adaptable a distintos objetivos de investigación, desde la descripción de rasgos identitarios hasta la comparación interinstitucional.

- Bloque 1. Datos generales de identificación: recoge variables básicas (ISSN, país, institución, periodicidad, cuartil, año, volumen, etc.) que contextualizan la revista dentro de su entorno editorial y académico.
- Bloque 2. Estructura visual: agrupa variables relacionadas con el tipo de diseño (simétrico, asimétrico, modular o libre), el orden de lectura (F, Z, no lineal), la presencia de márgenes y la existencia de retículas o módulos compositivos.
- Bloque 3. Identificación y marca editorial: incluye variables orientadas a describir la identidad visual (logotipo, isotipo, imagotipo o isologo), su ubicación, tamaño, coherencia entre números y la presencia de tipografía o colores institucionales.
- Bloque 4. Imagen o recurso gráfico principal: contiene variables que codifican el tipo de imagen (fotografía, ilustración, gráfico, *collage*), su autoría y su función comunicativa.
- Bloque 5. Tipografía: abarca variables que valoran el número de familias tipográficas, su clasificación y consistencia entre números.
- Bloque 6. Color: compone variables sobre la paleta cromática, el número de colores predominantes y la presencia de tonos institucionales.
- Bloque 7. Información textual presente: recoge variables sobre los elementos textuales visibles en portada (título, número, volumen, fecha, lema, cita).
- Bloque 8. Relación forma-función: integra variables de escala Likert orientadas a medir la coherencia entre el diseño y el carácter científico, la legibilidad y el equilibrio entre estética e información.
- Bloque 9. Consistencia editorial: incluye variables que evalúan la uniformidad visual y la existencia de una línea gráfica reconocible a lo largo de distintos números.
- Bloque 10. Valoración cualitativa: ofrece variables abiertas que permiten al investigador registrar apreciaciones sobre originalidad, adecuación académica, referentes gráficos y evolución visual.

4. Discusión y conclusiones

El desarrollo de la ficha ha permitido establecer un modelo replicable para el análisis del diseño de las portadas de revistas científicas del ámbito de la comunicación. Se pretende que esta herramienta sea un aporte a un ámbito poco explorado en los estudios de comunicación científica, ayudando también a otorgar relevancia a la dimensión visual como componente estructural del discurso académico; se integran variables específicas del contexto académico, como la coherencia editorial, la identidad institucional y la relación entre forma y función, que permiten entender a la portada como la síntesis visual del *ethos* científico de cada publicación.

En términos aplicados, la ficha ofrece un instrumento flexible que combina la codificación cuantitativa con el análisis cualitativo, favoreciendo la identificación de patrones compositivos, jerarquías tipográficas y estrategias orientadas a trabajar la identidad. Esta doble lectura posibilita detectar regularidades formales e incluso niveles de profesionalización editorial, aportando datos útiles tanto para la comparación entre revistas como para la evaluación de su coherencia visual respecto a las corrientes internacionales de los medios de publicación científica. Así, se pretende contribuir a fortalecer la dimensión estética como un indicador de calidad editorial, en línea con los planteamientos de Barness y Papaelias (2021) o, más recientemente y con un enfoque automatizado, Siess (2025) sobre la función del diseño en las publicaciones científicas.

No obstante, conviene señalar algunas limitaciones inherentes al desarrollo del instrumento. Por una parte, el análisis depende en parte de la interpretación subjetiva de quien aplica la ficha, especialmente en variables de naturaleza cualitativa como la coherencia o la originalidad visual. Por otra, aunque se ha procurado una estructura metodológica equilibrada, la ficha podría enriquecerse con indicadores derivados de la práctica profesional del diseño editorial o con métricas automatizadas de reconocimiento visual. Estas consideraciones no restan validez al modelo propuesto, pero sí apuntan a potenciales mejoras en futuras aplicaciones.

En buena lógica, la mayor prospectiva de lo que aquí se propone es la incorporación de la ficha a estudios sobre la materia, o aquellos que por afinidad puedan adaptarla a sus fines. Una línea de trabajo sería ahondar en la especificidad del instrumento, por ejemplo, en cuanto a disciplinas o espacios geográficos, atendiendo también a los criterios de evaluación a los que estén sujetas las publicaciones. Además, en una evolución de la propia herramienta, se encuentra la posibilidad de integrar técnicas automatizadas, orientadas al aprovechamiento de las ventajas del uso de la inteligencia artificial en la construcción y manejo de corpus amplios.

Finalmente, el objetivo último del diseño del instrumento es su puesta en práctica, por lo que este se incorporará a futuros estudios de quienes firman este texto, como una herramienta abierta y adaptable a las transformaciones de la comunicación científica contemporánea.

En conclusión, la propuesta metodológica aquí presentada constituye un aporte innovador, riguroso y necesario al estudio del diseño de portadas en las revistas científicas del ámbito de la comunicación. Su desarrollo demuestra que la dimensión visual no debe entenderse como un simple complemento estético, sino como un componente discursivo y simbólico esencial en la construcción de la identidad, la credibilidad y la proyección académica de cada publicación. En un contexto en el que la comunicación científica se encuentra cada vez más mediada por lo visual y lo digital, este tipo de herramientas adquiere un papel estratégico para evaluar la coherencia entre forma, contenido y propósito editorial, permitiendo valorar con mayor precisión la profesionalización y el posicionamiento de las revistas. La ficha metodológica propuesta, además de ofrecer un modelo sistemático y replicable, promueve la reflexión sobre cómo los elementos gráficos —tipografía, color, composición o jerarquía visual— actúan como marcadores de identidad institucional y científica, aportando significado y facilitando la accesibilidad cognitiva del conocimiento. Este enfoque abre la puerta a

nuevas líneas de investigación interdisciplinar, en las que convergen los estudios de diseño, comunicación visual, bibliometría y edición científica, integrando enfoques cuantitativos, cualitativos y tecnológicos. El trabajo contribuye a situar la dimensión estética y editorial dentro del debate sobre la calidad y la evaluación científica, proponiendo una mirada más amplia y actualizada del ecosistema académico. Con ello, se refuerza la idea de que la forma también comunica y que el diseño es, en sí mismo, una forma de conocimiento científico, capaz de representar, sintetizar y proyectar los valores de rigor, claridad y accesibilidad que sustentan la ciencia contemporánea.

5. Referencias bibliográficas

- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Akal.
- Barness, J., & Papaalias, A. (2021). Readable, serious, traditional: Investigating scholarly perceptions of the visual design and reading experiences of academic journals. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 7(4), 540–564. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2021.10.005>
- Berelson, B. (1971). *Content Analysis in Communication Research*. Macmillan Publishers.
- Blasco Doñamayor, E. (2017). *El valor de la imagen en el diseño gráfico de portadas de revistas: el caso concreto de la edición española de Esquire* [Tesis doctoral no publicada]. Universidad CEU San Pablo.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. SAGE.
- González-Díez, L. (2014). La portada de cartel o póster como recurso habitual en la prensa deportiva. En L. González Díez & P. Pérez Cuadrado (Coords.), *La gráfica del deporte. Fotografía, edición y diseño en prensa* (pp. 81–98). CEU Ediciones.
- Krause, K. (2019). The design decisions behind Nature's new look. *Nature*, 574(7779), 476–477. <https://doi.org/10.1038/d41586-019-03083-5>
- Krippendorff, K. (2002). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), 1–42.
- Puebla-Martínez, B., Carrillo Pascual, E. & Íñigo Jurado, A, I. (2011). La imagen de los protagonistas de las portadas en las revistas españolas. En P. Pérez Cuadrado & B. Puebla-Martínez (Coords.), *Revistas versus magazines* (pp. 99–113). Universidad Rey Juan Carlos.
- Puebla Martínez, B. (2013). *El tratamiento de la actualidad en las series de ficción. Los casos de 7 vidas y Aquí no hay quien viva (2004–2006)* [Tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos]. BURJC-Digital. <http://hdl.handle.net/10115/12094>
- Puebla-Martínez, B., González-Díez, L., & Pérez-Cuadrado, P. (2022). Propuesta metodológica para el análisis de imágenes informativas impresas y en línea. *Grafica*, 10(20), 91-103. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.214>

- Rolo, E. (2018). White Space in Editorial Design. In F. Rebelo & M. Soares (Eds.) *Advances in Ergonomics in Design* (pp. 443–452). Springer International Publishing https://doi.org/10.1007/978-3-319-60582-1_44
- Rolo, E. (2019). The typographic grid in the editorial project: an essential resource to the graphic consistency and perception. En S. Bagnara, R. Tartaglia, S. Albolino, T. Alexander & Y. Fujita (Eds.), *Proceedings of the 20th Congress of the International Ergonomics Association (IEA 2018)* (pp. 61–72). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96059-3_7
- Rose, G. (2004). *Metodologías de los estudios visuales. Una introducción a la investigación con materiales visuales*. Paidós.
- Siess, A. (2025). Evaluating the visual design of science publications: A quantitative approach comparing legitimate and predatory journal papers. *Scientometrics*. 129(1). <https://doi.org/10.1007/s11192-025-05411-1>
- Spitzmüller, J. (2021). (De)signing authority: The indexical dimension of typography in academic communication. *Design Issues*, 37(4), 46–58. https://doi.org/10.1162/desi_a_00657
- Tabuenca-Bengoa, M., González-Díez, L., & Puebla-Martínez, B. (2022). Diseño y contenido en la portada de las revistas: Propuesta metodológica. *Comunicación & Métodos*, 4(1), 59–72. <https://doi.org/10.35951/v4i1.150>
- White, J. (2017). *Diseño para la edición*. Jardín de Monos.
- Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Gustavo Gili.

Financiación: el artículo no ha recibido financiación.

Conflicto de intereses: los autores declaran que no existen.

Traducción al inglés: aportada por los autores.

HOW TO CITE (APA 7ª)

González-Díez, L., Puebla-Martínez, B., & Sánchez-Pita, F. (2025). Lo que cuentan las portadas: una propuesta metodológica para analizar revistas científicas de comunicación. *Comunicación & Métodos*, 7(2), 108-118. <https://doi.org/10.35951/v7i2.263>