



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

Diseño y maquetación de una revista sobre estilo de vida
saludable

Trabajo Fin de Grado

Grado en Bellas Artes

AUTOR/A: Pellicer Grau, Judit

Tutor/a: Espi Cerda, Emilio

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022

RESUMEN

Este Trabajo de Final de Grado es un proyecto de Diseño Editorial en el que se ha realizado un prototipo de revista titulada *Idílico*. Es una publicación periódica impresa, una revista especializada que abarca temas de estilo de vida saludable, tanto salud mental como salud física, por lo tanto, va dirigida a todo tipo de público al que le interese sentirse bien consigo mismo y poder mejorar su bienestar.

De periodicidad trimestral, tendrá un formato impreso en un tamaño medio pensado para que sea fácil y cómoda de transportar.

La publicación concierne en su interior texto e ilustraciones, además de fotografías, lo cual pretende mostrar e informar sobre los temas más importantes sobre bienestar y estilo de vida saludable, y representarlo así con ilustraciones que potencian y acompañan el mensaje, creando así una revista, además, de carácter artístico.

En cuanto a la estructura, se divide en secciones sobre bienestar, deporte, alimentación, escapadas y moda, entre otros.

Para su difusión se ha creado un prototipo de diseño de página web al igual que el diseño de los perfiles de *Instagram* y *Facebook* donde se informaría sobre las novedades en las publicaciones de la revista. En cuanto a la difusión inicialmente se distribuiría en formato físico en la Comunidad Valenciana.

Palabras clave

Diseño gráfico; diseño editorial; ilustración; revista; estilo de vida.

ABSTRACT

This Final Degree Project is an Editorial Design project in which a prototype of a magazine called *Idílico* has been created. It is a periodical printed publication, a specialized magazine that covers healthy lifestyle issues, both mental health and physical health, therefore, it is aimed at all types of audiences who are interested in feeling good about themselves and improving their well-being.

Published quarterly, it will have a printed format in a medium size designed to be easy and comfortable to carry.

The publication contains text and illustrations, as well as photographs, which aim to show and inform about the most important topics on wellness and healthy lifestyle, and to represent it with illustrations that enhance and accompany the message, thus creating a magazine with an artistic character.

In terms of structure, it is divided into sections on wellness, sports, food, getaways and fashion, among others.

For its dissemination, a prototype website design has been created, as well as the design of the Instagram and Facebook profiles, where the magazine's publications would be informed about the latest news. In terms of dissemination, the magazine would initially be distributed in physical format in the Valencian Community.

Key words

Graphic design; editorial design; illustration; magazine; healthy lifestyle.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres José Pellicer Revert y Soraya Maria Grau Sanchis por enseñarme a no rendirme nunca y por darme su apoyo incondicional en todas mis decisiones.

A mi compañero de vida por su atención y ayuda infinita durante todos estos años juntos y los que vendrán.

A mis hermanos y a toda mi familia por su participación y apoyo sin reproches en cualquiera de las locuras en las que quisiera involucrarles.

A mis compañeras y amigas que han hecho el camino mucho más ameno, divertido e inolvidable.

A mi tutor Emilio Espí por aportarme nuevos conocimientos en este mundo nuevo para mí y por otorgarme sus mejores consejos.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVOS.....	8
3. METODOLOGÍA	9
4. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO EDITORIAL	10
4.1. DISEÑO EDITORIAL.....	10
4.1.1 ¿QUÉ ES EL DISEÑO EDITORIAL?.....	10
4.1.2 HISTORIA DEL DISEÑO EDITORIAL	11
4.1.3. TIPOS DE REVISTAS	12
4.1.4 ESPECIALISTAS IMPLICADOS	13
5. REFERENTES.....	13
5.1. REFERENTES ESTILÍSTICOS	13
5.1.1. Yorokobu.....	13
5.1.2. Experimenta.....	14
5.2. REFERENTES CONCEPTUALES	14
5.2.1. Buenavida	14
5.2.2. Cereal.....	15
6. DESARROLLO Y RESULTADOS DEL TRABAJO	16
6.1. CONCEPTO E IDEA.....	16
6.2. ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA REVISTA <i>IDÍLICO</i>	17
6.2.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	17
6.2.2. PÚBLICO OBJETIVO	19
6.2.3. PLANIFICACIÓN DEL TIEMPO	21
6.2.4. ENCUESTA.....	21
6.3. ASPECTOS FORMALES DE LA REVISTA <i>IDÍLICO</i>	23
6.3.1. TEMÁTICA	23
6.3.2. NAMING.....	24
6.3.3. ESTRUCTURA INTERIOR	24
6.3.4. TIPOGRAFÍA Y COLOR	26
6.3.5. ILUSTRACIONES.....	27
6.3.6. PORTADA	28
6.3.7. MAQUETACIÓN.....	30
6.4. IMPRESIÓN Y ACABADO.....	30

6.4.1. FORMATO Y MATERIALES	31
6.4.2. MERCHANDISING	32
6.4.3. PRESUPUESTO.....	33
6.5. PÁGINA WEB	33
6.6. DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN	34
6.6.1. Difusión.....	34
6.6.2. Distribución.....	35
7. CONCLUSIONES.....	35
8. REFERENCIAS	37
9. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS.....	39

1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto se plantea con la motivación de crear la revista *Idílico*, un proyecto de diseño gráfico que implica la iniciativa de ayudar a dar a conocer los aspectos más importantes en cuanto a un estilo de vida saludable mediante el diseño editorial, la ilustración y la fotografía.

Se trata de una publicación totalmente completa y con información de calidad, con el propósito de tratar los temas más cotidianos sobre bienestar, tratando la salud, la alimentación y el deporte, fomentando un estilo de vida saludable. Responde a las dudas y preguntas que la población se hace ante estos temas tan importantes y aconseja sobre los mejores remedios y técnicas, siempre que sea posible naturales, para combatir cualquier problema que impida tener buena salud mental y física.

Se habla sobre soluciones a los distintos problemas que se pueden encontrar tanto físicos como mentales. Esta revista pretende ayudar a la aceptación de nuestro físico dejando atrás los estereotipos y desde esa aceptación aprender a cuidarlo y mantenerlo saludable en todos los aspectos.

Es un ejemplo de revista innovadora. Las ilustraciones juegan un papel esencial para crear un estilo propio en cuanto al diseño y una visualización fluida en compañía del texto. Las ilustraciones se crean minuciosamente para cada artículo, están compuestas por una gama de colores pastel que forman un papel importante puesto que estos colores aportan armonía y equilibrio al lector.

En cuanto a la elaboración y desarrollo de la revista se ha tenido en cuenta un cronograma, empezando por la planificación de un calendario para organizar las diferentes partes del trabajo, posteriormente se ha bocetado su estructura y se ha procedido a la elaboración de las diferentes secciones, la elección de los temas a tratar y búsqueda de los textos. Lo siguiente ha sido la maquetación y composición de los elementos en las páginas, simultáneamente la elaboración personal de las ilustraciones y elección de las fotografías. Finalmente se ha llevado a cabo el proceso de impresión de la publicación.

Se ha creado el prototipo de una revista actualizada y moderna donde la ilustración combinada con la fotografía forma un papel importante junto con la tipografía, creando un estilo propio, innovador y sencillo que diferencia a la revista *Idílico* de otras revistas en el mercado. Una vez compuesta la identidad y el estilo propio de la revista en este prototipo, ya tenemos la base para las próximas ediciones.

2. OBJETIVOS

La intención de este proyecto es conseguir unos objetivos tanto generales como específicos.

Objetivos generales:

- Desarrollar y presentar un proyecto de diseño editorial de manera profesional.
- Organizar y planificar de forma correcta un plan de trabajo para cumplir con los parámetros temporales de presentación.
- Dotar a la revista de un estilo único y definido, además de diferenciador del resto mediante una investigación de las revistas del sector que se hallan actualmente en el mercado.
- Emplear una metodología adecuada para la elaboración de proyectos de diseño editorial.

Objetivos específicos:

- Adquirir un aprendizaje e investigar sobre el ámbito del diseño editorial.
- Aportar información útil y de calidad.
- Crear una composición fluida y fácilmente legible para los lectores.
- Organizar los temas de los que se quiere hablar de forma ordenada y por secciones.
- Comunicar de forma adecuada con una correcta estructuración y expresión del contenido.
- Reforzar el mensaje que se quiere transmitir mediante fotografías e ilustraciones.
- Conseguir que los lectores tengan un pensamiento positivo sobre su físico y equilibrio mental.

3. METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta los estudios previos e investigación sobre el diseño editorial y las revistas actuales, se crea el prototipo dónde se aplican estos conocimientos de forma práctica.

Se desarrolla la parte práctica simultáneamente junto con la investigación teórica lo cual culmina en la formación del prototipo de la revista *Idílico*.

En la fase 1, la definición del concepto y designación del tema para la posterior investigación temática han sido los primeros pasos a seguir para la realización de este proyecto de revista.

En la fase 2 se han realizado unas encuestas para calificar y analizar al público objetivo teniendo en cuenta los intereses y prioridades más demandadas por los leyentes, ya que uno de los objetivos de la revista es el feedback con el consumidor.

La elaboración de las diferentes secciones y la posterior búsqueda de información y textos en páginas web sobre salud y estilo de vida saludable, además de la búsqueda en páginas de otras revistas para los artículos de la publicación siguiendo la temática que se ha elegido, que es, estilo de vida saludable y bienestar personal, han sido la tercera fase para designar este proyecto. Se han organizado las secciones con coherencia para que el lector pueda encontrar de forma sencilla cada apartado.

La cuarta fase ha consistido en la definición de un estilo personal y único que implica el diseño de retículas base junto con la definición de tipografías y paleta de colores es un paso importante para el desarrollo de la personalidad de la publicación.

Se han consultado paralelamente diferentes libros relacionados con el diseño gráfico y editorial, tipografías y retículas para poder establecer el contexto de la revista, destacando algunos como son "*Diseño editorial. Periódicos y revistas.*" de Yolanda Zappaterra o "*Actualidad en la producción de artes gráficas*" de David Ban, entre otros libros los cuales han aportado conocimientos para poder realizar este proyecto.

La consulta de varias revistas como son *Harper's Bazaar*, *Buenavida*, *Cuerpo Mente*, *Elle*, *Experimenta*, *Yorokobu*, *Lineacurve*, etc. ha sido clave para plantear diferentes soluciones y visualizar los productos actuales en el mercado.

La maquetación del prototipo del primer número ha resultado la fase 5, la más interesante del proyecto, ya que en ella culminan los conocimientos recibidos y el estudio e investigación realizados con anterioridad. La fase más creativa del proyecto empieza en el momento en el que juntamente con la maquetación se elaboran las ilustraciones y se eligen las imágenes para crear una composición agradable y funcional para el lector.

En la fase 6 se ha investigado sobre varios tipos de papeles para la impresión del prototipo y teniendo en cuenta que se quiere dar un aspecto natural y concienciado con el medio ambiente en medida de lo posible el papel ecológico es el tipo de papel que mejor se ajusta a la idea del proyecto.

4. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO EDITORIAL

4.1. DISEÑO EDITORIAL

4.1.1 ¿QUÉ ES EL DISEÑO EDITORIAL?

El diseño gráfico es una disciplina creativa de las artes visuales que engloba, entre otros ámbitos, la dirección artística, la tipografía, la composición de textos y las tecnologías de la información. En otras palabras, es un campo multidisciplinar en el que cada diseñador se especializa en una o varias áreas.¹ *(Ambrose y Harris, 2009, p.12)*

El diseño gráfico abarca el diseño editorial entre otras disciplinas y especialidades. Esta disciplina académica se encarga de la comunicación visual, comunica y transmite mensajes a un público objetivo a través de composiciones con el objetivo de llamar su atención.

El diseño editorial es una rama dentro del diseño gráfico la cual se encarga de la maquetación, creación, composición y diseño de publicaciones tanto analógicas como digitales. El diseño editorial se centra en las revistas, catálogos, libros, periódicos, etc.

La función de una publicación editorial trata de comunicar, entretener, educar, informar o combinar todas estas acciones. El objetivo principal del diseño editorial es componer coherentemente el tema, el estilo y la intención de la publicación, y de esta manera atraer la atención de los lectores, mediante

¹ AMBROSE, G y HARRIS, P., 2009. Fundamentos del diseño gráfico. Barcelona: Parramón. ISBN 9788434235053

la organización de textos junto con imágenes de forma original a la vez que funcional.

4.1.2 HISTORIA DEL DISEÑO EDITORIAL

En inicio del diseño editorial se remonta a los egipcios, en ese entonces se plasman varias columnas e ilustraciones en los papiros que tienen ya apariencia de composición editorial.

Posteriormente en la edad media los monjes se dedican a reproducir las obras en los monasterios, ya se juega con los márgenes, las tipografías y el sangrado, aspectos que hoy en día se tienen asimilados.

Llegados al siglo XV, es a raíz del invento de la imprenta cuando el diseño editorial realmente empieza a notarse.

En el siglo XVII la primera revista que se publica es una revista alemana, la cual tiene apariencia más de libro con artículos, aun así, se considera la primera revista y la precursora de éstas en Inglaterra, Francia e Italia.

Las revistas nacen antes de finales del siglo XIX, no son totalmente informativas, sino que intentan entretener a un público objetivo, son publicaciones periódicas.

Correlativamente en el siglo XX en Alemania, la Bauhaus siendo la escuela de diseño más influyente de la época emplea un cambio importante en el diseño editorial con un uso asimétrico de la retícula.

Desde los años cuarenta se amplían y se afinan diferentes estructuras al diseño, por muchos educadores que pasan por la escuela, desde ángulos más originales a perspectivas rompedoras.

En los años setenta se emplea la técnica de dirigirse a un público objetivo teniendo en cuenta su cultura, confeccionando así mensajes para un conjunto definido. Esto sucede debido a la ideología de los nuevos teóricos de la época que plasman la idea de que el receptor del mensaje emplea sus conocimientos tanto culturales como sus experiencias vividas.

Durante el postmodernismo, la evolución más grande en el mundo del diseño es el desafío de las normas establecidas por parte de los diseñadores del momento. Una frase deja mucho que reflexionar es la que dice el poeta



Figura 1. Papiro egipcio.

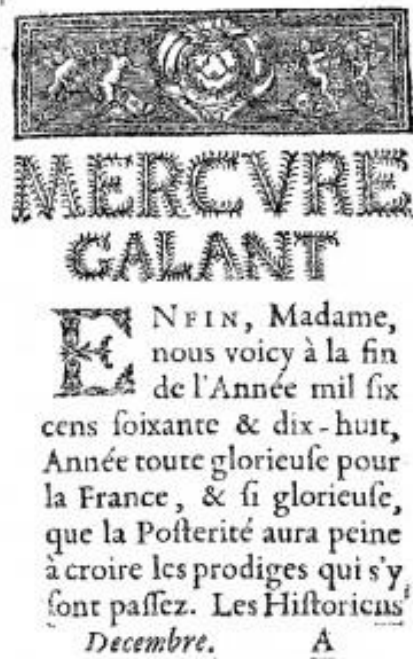


Figura 2. Primeras revistas del mundo, revista francesa *Le Mercure Galant*, 1702.

moderno T.S.Eliot al observar que *“no es aconsejable infringir las normas hasta que uno sepa como cumplirlas”*.² (Poinor, 2003, p.12)

A partir de mediados de los años noventa se retrocede para volver a establecer ese orden y las normas pautadas, el diseño crece creativamente aumentando sus posibilidades y se le da un enfoque más abierto a raíz de la experimentación de los últimos años.

Las revistas siempre se valen de los avances tecnológicos de cada época como es la imprenta, los nuevos papeles, las propagandas para beneficio monetario, la prensa rotativa, etc. En la actualidad pasa lo mismo, las nuevas tecnologías forman parte del proceso de creación y crecimiento de la industria de las revistas.

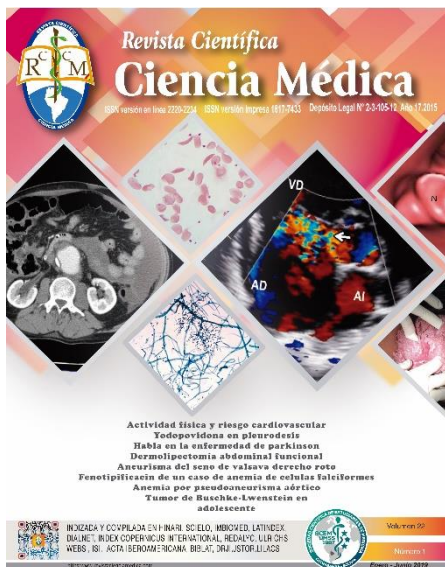


Figura 3. Revista científica.

4.1.3. TIPOS DE REVISTAS

Las revistas se pueden dividir en varios tipos según su contenido y a qué tipo de lector va dirigido.

Encontramos cinco tipos de revistas:

Revista informativa: publica noticias sobre algún tema en concreto con la finalidad de informar.

Revista científica: informa sobre los avances e innovación científica.

Revista de ocio: su objetivo principal es entretener al lector con temas

Revista especializada: se dirige a un público en concreto con un tema definido y especializado en el ámbito como revistas sobre salud, cocina, deporte, etc.

Revista gráfica: predomina la imagen o ilustración sobre el texto. Cómics, revistas de ilustración, etc.

Revista online: tiene como característica principal su divulgación en formato digital, en la actualidad es muy común encontrar revistas en este formato.



Figura 4. Interior revista gráfica.
Revista Gráfica.

² POINOR, R., 2003. No más normas. Diseño gráfico posmoderno. México: Gustavo Gili S. L. ISBN 9688874043

La revista *Idílico* se considera dentro del apartado de revista especializada ya que va dirigida a un público concreto al que le interese un estilo de vida saludable y mantener una salud mental y física.

4.1.4 ESPECIALISTAS IMPLICADOS

Por lo general hay un equipo básico de personal implicado que trabaja en una revista, las funciones de cada miembro pueden variar según el tipo de publicación o la cantidad de personas implicadas.

Director: define los temas y el tipo de artículos de la revista, además de las tareas de todos los demás miembros del equipo y supervisa su trabajo.

Director académico: su función es asistir a las reuniones además de proponer nuevas ideas y supervisar la buena evolución de la revista.

Director artístico: encargado de la comunicación visual.

Director de fotografía: se encarga de todo lo relacionado con las imágenes y fotografías que aparecen en la publicación.

Jefe de producción: encargado de los materiales y del seguimiento de producción, pedidos y proveedores.

Redactor jefe: responsable del equipo de redacción, se encarga de los textos y de las secciones.

Diseñador: se responsabiliza de la maquetación de la revista dirigido por el director artístico.



Figuras 5 y 6. Interior revista *Yorokobu*.

5. REFERENTES

5.1. REFERENTES ESTILÍSTICOS

5.1.1. *Yorokobu*

Yorokobu es una revista mensual, el significado de esta palabra significa “estar feliz”, por lo tanto, tenemos una pista sobre de que va la línea editorial de la revista. Esta revista nace en 2009 y tiene un formato tanto digital como en papel.

Así lo define la creadora de este proyecto editorial Patricia Fernández, “Queremos leer una revista que hable de creatividad e innovación. De



*proyectos de emprendedores y de ideas para mejorar el mundo. Que ponga el foco solo en las cosas positivas. Que nos inspire*³ (2020)

Es una revista que aporta ideas innovadoras, su temática principal es la sostenibilidad y personas creativas.

Las portadas de esta revista son diseñadas por un ilustrador o diseñador diferente en cada número.



Figuras 7 y 8. Interior revista *Experimenta*.

De esta publicación nos quedamos con la composición de las páginas que acogen ilustraciones e imágenes además de sutiles cajas de texto que en conjunto crean un estilo minimalista y armonioso.

5.1.2. Experimenta

Creada en Madrid en el año 1988, esta revista está especializada en el mundo del diseño gráfico, la comunicación visual y la arquitectura.

Esta publicación es interesante por sus composiciones, con el uso de la tipografía como un elemento más en conjunto con las imágenes y el texto.

5.2. REFERENTES CONCEPTUALES

5.2.1. Buenavida

Buenavida es una revista que es referente tanto gráficamente como conceptualmente. Fue creada en Madrid en el año 2014 por el periódico *El País* y dirigida por Marta del Valle, trata temas actuales sobre bienestar, salud, nutrición y estilo de vida además de temas implicados con el medio ambiente.

Esta revista fue rediseñada en el año 2015 por el estudio madrileño *Relajaelcoco*, que la ha dotado de personalidad añadiendo nuevos elementos y mejorando la jerarquía visual de manera que el lector pueda fluir a la hora de llevar a cabo su lectura, además de evitar la contaminación visual y dejar espacios en blanco para que sea fácil y cómoda de leer.

La gama de color que utilizan en sus publicaciones y las últimas portadas ilustradas que aparecen a partir de este rediseño son un punto que destacar, ya que crean una composición divertida y agradable por sus colores positivos y cercanos.



³ ISSUU, 2006. Yorokobu [en línea]. Lytton Ave, Palo Alto. [consulta: 10 marzo 2022]. Disponible en: < https://issuu.com/patriciafdezbenitez/docs/paginas_indiv>.



Figuras 9 y 10. Portada e interior revista *Buenavida*.

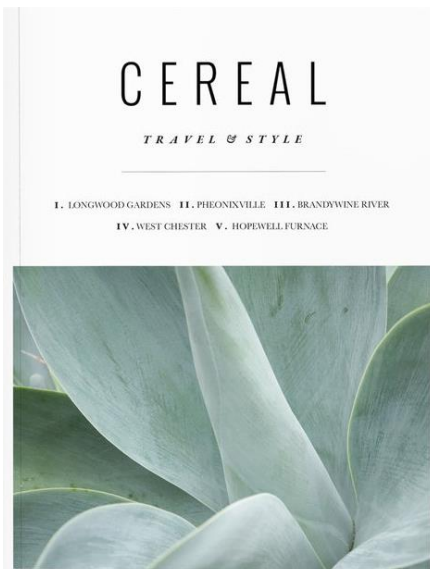
“Es un diseño más amigable, a pesar de su rigor, gracias a elementos como los iconos, las infografías y las ilustraciones.”, nos cuenta el equipo de *Relajaelcoco*⁴ (2015)

En la actualidad la revista ha desaparecido para dejar sus artículos dentro del periódico *El País*, además se pueden encontrar los números publicados con anterioridad en la página web.

5.2.2. *Cereal*

Esta publicación es una revista bianual que nació en el año 2012 dirigida por Rosa Park junto con Rich Stapleton y trata sobre viajes y estilo de vida. Podemos encontrar entre sus páginas reportajes y guías de viaje además de artículos sobre estilo y cultura.

En cada número habla sobre una ciudad diferente y los lugares, restaurantes, museos, etc. que puedes visitar allí. Además, cuenta con entrevistas sobre arte, diseño y estilo.



Figuras 11 y 12. Portada e interior de la revista *Cereal*.

⁴ GRÁFFICA, 2015. La Buena vida de Relajaelcoco para El País [en línea]. Valencia. Rayitas Azules [consulta: 10 marzo 2022]. Disponible en: <<https://graffica.info/la-buenavida-de-relajaelcoco-el-pais/>>.

6. DESARROLLO Y RESULTADOS DEL TRABAJO

6.1. CONCEPTO E IDEA

Para iniciar el trabajo práctico elaboramos un *briefing* para aclarar la idea que se quiere llevar a cabo para este proyecto. El *briefing* nos permite obtener la información imprescindible para poder empezar a planificar o ejecutar un proyecto.

La idea principal es crear un prototipo de revista especializada en el ámbito del estilo de vida saludable y el bienestar personal.

1. Objetivo del proyecto

El objetivo de la revista *Idílico* es llegar a la mayoría de público posible para fomentar el cuidado personal y un estilo de vida saludable desde hábitos saludables diarios, y además concienciar a los leyentes con el medio ambiente.

2. Público al que va dirigido

Dirigido a un grupo social de entre 25 y 50 años, la intención es enfocar la revista a un público bastante amplio ya que pretende ser para todas esas personas interesadas en cuidarse y tener un estilo de vida saludable a cualquier edad.

3. Necesidades específicas

Un requisito indispensable para la creación del prototipo de la revista es fomentar con ella el cuidado personal y mediante su estilo moderno y diferenciador en cuanto a otras revistas de esta especialidad con un diseño más artístico hacer más apetecible su lectura.

4. Condiciones o limitaciones

Además de ser una revista de estilo de vida también se incorporan ilustraciones y fotografías en ella, esto implica el poder promocionar a diferentes artistas ilustradores y fotógrafos que quieran participar en la revista complementándose con ella y con su estilo sencillo y actual.

5. Estimación presupuestaria

Los costes de la publicación deben ser moderados, ya que queremos una revista de calidad, pero al alcance de todos, así que se buscará un equilibrio entre estos dos factores.

6. Timming

La publicación es de periodicidad trimestral, por lo tanto, se elabora contenido 4 veces al año.

7. Estilo

Dotada de un estilo actual y sencillo, utilizando una paleta de colores pastel combinados entre sí entre varias gamas para crear un estilo divertido y a la vez dotado de serenidad.

8. Formato de entrega y especificaciones

La revista prioriza la facilidad de lectura y un diseño más bien sencillo, sin ser demasiado cargado. Tamaño de la revista A5 para su fácil transporte, concebida como un formato de viaje.



Figura 13. Interior revista *Idílico*.

6.2. ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA REVISTA *IDÍLICO*

6.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

6.2.1.1. ANÁLISIS DAFO

El análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), sirve como herramienta para valorar la situación de un proyecto en este caso. Se analizan tanto sus características internas como su posición externa.

Es una herramienta que permite conocer la situación real en que se encuentra el proyecto y por lo tanto elaborar un plan de futuro.

El objetivo del análisis DAFO es determinar las ventajas competitivas del proyecto bajo análisis y la estrategia genérica que más le convenga, en función de sus características propias y de las del mercado en que se mueve.

Análisis DAFO de la revista *Idílico*:

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en el sector • Pocos recursos económicos • Producto nuevo en el mercado • Poco reconocimiento • Pocos consumidores 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mucha competencia en el sector de publicaciones • Demanda variable • Mucha cantidad de revistas especializadas en bienestar y estilo de vida saludable • Competencia de precios
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visión proactiva y actualizada • Creatividad • Innovación • Formación y actualización constante en cuanto a temas a tratar • Fuentes de información fiables • Flexible y adaptable a nuevos cambios en el sector 	<p style="text-align: center;">OBJETIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicación de la revista • Llegar a un alcance alto de lectores • Proporcionar información útil • Interacción con los leyentes • Crear una revista de calidad y al alcance de todos

Figura 14. Análisis DAFO revista *Idílico*.

6.2.1.2. POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

A la percepción que los consumidores tienen sobre en este caso un producto o publicación en relación con su competencia, es nombrado posicionamiento en el mercado.

Por medio del posicionamiento de mercado se pretende que esta publicación periódica sea elegida por los consumidores por encima de las demás.

El consumidor considerará el producto único y lo tendrá en mente a la hora de consumir si la estrategia de posicionamiento en el mercado se realiza de forma correcta.

En la actualidad en el mercado se encuentran una gran cantidad de marcas o productos con gran similitud. Por medio de unas características específicas del producto, el buen posicionamiento en el mercado conseguirá resaltarlo y atraer a un público objetivo.

Con anterioridad al posicionamiento de mercado nos hacemos estas preguntas:

- ¿En realidad, qué es lo que compra el cliente?

El cliente compra tranquilidad, calma, descanso y serenidad. Compra un momento para relajarse y conectar con él y con su entorno a través de la lectura.

- ¿Qué es lo que diferencia este producto del de la competencia?

Un diseño fluido e innovador con ilustraciones que dotan a la revista con un carácter artístico y diferenciador.

- ¿Qué hace que nuestro producto sea único?

Dotado de información de calidad y de interés general, además de estar compuesto por un diseño armonioso y calmado.

El tipo de posicionamiento en el que nos hallamos definitivamente es el de la diferenciación y el estilo de vida, ambos definen nuestra posición en el mercado. Nos enfocamos a un público que busca un estilo de vida saludable y, de esta manera, nos diferenciamos del resto de publicaciones de esta especialidad por nuestro diseño con espacios en blanco que dejan respirar a la revista y la dotan de un aire relajado.⁵

6.2.2. PÚBLICO OBJETIVO

⁵ MARKETING4ECOMMERCE, 2022. *Qué es el posicionamiento de mercado: definición y claves para lograrlo* [en línea]. México: [consulta: 25 mayo 2022]. Disponible en <<https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-posicionamiento-de-mercado/>>.

Es importante saber a quién va dirigida nuestra publicación, a que tipo de consumidores se quiere atraer y que necesidades se deben satisfacer para este tipo de audiencia.

Para obtener buenos resultados además de un impacto positivo en el consumidor, es clave tener un público objetivo.

Debemos tener claro qué características tiene nuestro público diana:

- Franja de edad: Entre los 25 y 50 años, no importa tanto la edad de nuestro público objetivo, más bien sus intereses y estilo de vida.
- Género: Mayormente mujeres, aunque también para hombres.
- Ubicación: La revista se comercializaría en España.
- Idioma: Castellano.
- Intereses: El deporte, alimentación saludable, actividades al aire libre, cuidado personal y medioambiental.
- Personalidad: Tranquilos, activos, reflexivos, vitales, alegres, enérgicos.
- Estilo de vida: Estilo de vida saludable, mantener un bienestar físico y mental junto con buenos hábitos como el deporte y la buena alimentación. También público al que le guste hacer deporte moderado y estar al corriente de nuevas tendencias y modas saludables.
- Valores: Respetuosos, concienciados con el medio ambiente, positivos, decididos.
- Hobbies: Deporte, viajar, meditar, compartir con familiares y amigos, leer.

Una vez teniendo claro el público objetivo vamos a realizar una segmentación del mercado.

La segmentación de mercado consta en dividir al público objetivo en porciones más pequeñas con la finalidad de centrarnos en un segmento determinado, y así conseguir focalizar el trabajo y una estrategia de marketing para cada grupo específico, el cual tiene necesidades similares y que comparte gustos, aficiones, características y hábitos similares.

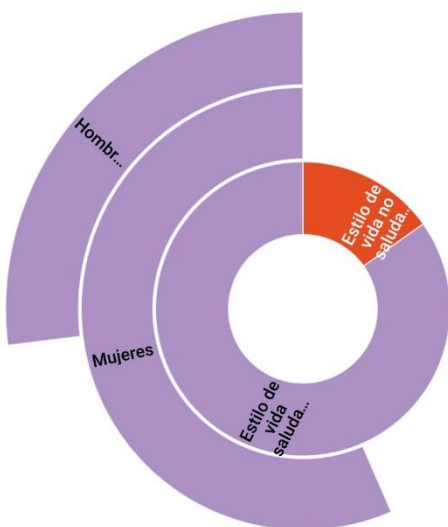


Figura 15. Gráfico población con estilo de vida saludable

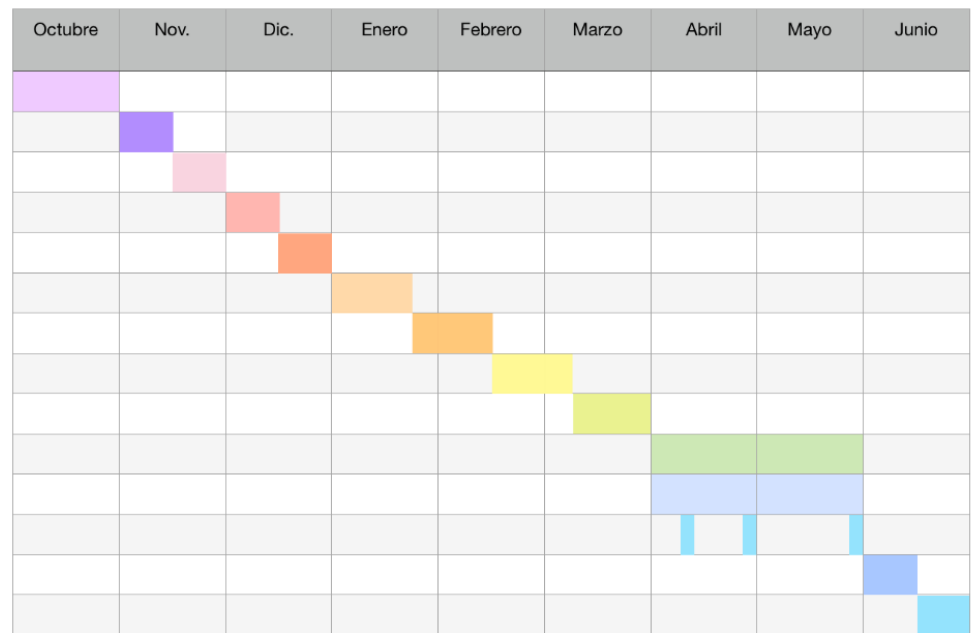
Un estudio realizado por WIN World Survey (WWS) llevado a cabo por el instituto DYM Market research junto con WIN International aporta en su último estudio de 2019 que el 65% de la población española tiene un estilo de vida saludable. Con una mayor cantidad de mujeres (68'2%) que de hombres (62'5%).⁶

6.2.3. PLANIFICACIÓN DEL TIEMPO

Tanto en este prototipo como en cualquier proyecto debemos realizar una planificación temporal para poder entregar a tiempo cualquier trabajo que se nos demande.

Para la realización de este proyecto en primer lugar se ha elaborado un esquema de planificación del tiempo que divide las tareas a realizar.

- Concepto
- Investigación temática
- Búsqueda de referentes
- Realización de encuestas
- Elección de secciones y temas a tratar
- Agrupación, elección y contraste de información
- Bocetos y diseño de páginas
- Elección de tipografía y gama de color
- Creación de estilo
- Maquetación
- Creación de ilustraciones
- Revisión y artes finales
- Pruebas de impresión



Figuras 16 y 17. Planificación del tiempo de realización prototipo revista *Idílico*

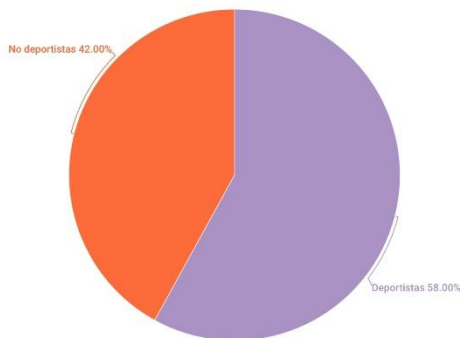


Figura 18. Gráfico población deportista / no deportista

6.2.4. ENCUESTA

Tener un buen conocimiento del consumidor es importante, por ello, se han elaborado varias encuestas que nos permiten saber que preferencias y necesidades tienen los leyentes.

⁶ DYM MARKET ESEARCH, 2019. *Salud y estilo de vida* [en línea]. Barcelona: [consulta: 10 noviembre 2021]. Disponible en: <<https://institutodym.es/es/salud-y-estilo-de-vida/#:~:text=%E2%80%93%20M%C3%A1s%20de%20la%20mitad%20de,m%C3%A1s%20preocupado%20por%20esta%20cuesti%C3%B3n>>.

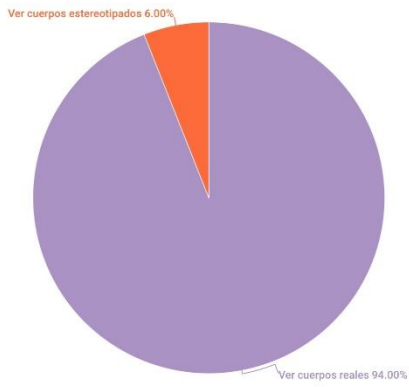


Figura 19. Gráfico poblacional que quiere ver cuerpos reales/ cuerpos estereotipados

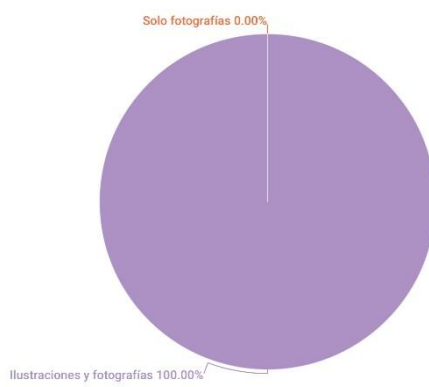


Figura 20. Gráfico poblacional que quiere ver ilustración y fotografía / sólo fotografía

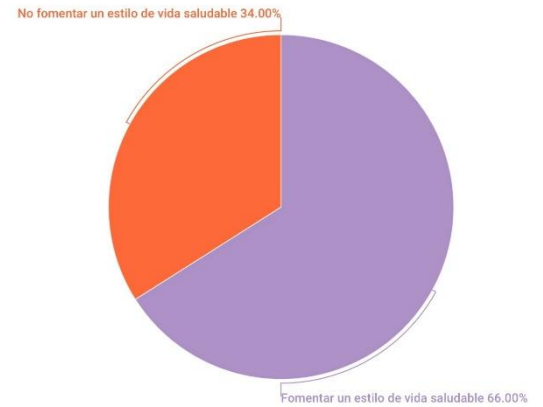


Figura 21. Gráfico poblacional que cree que se debe fomentar un estilo de vida saludable / no fomentar estilo de vida saludable

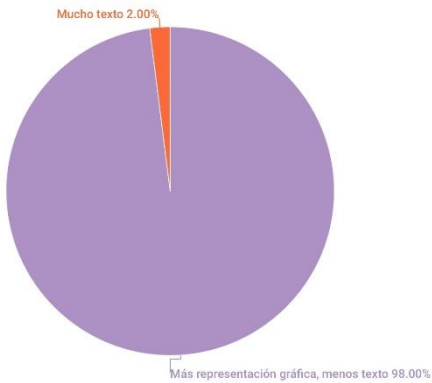


Figura 22. Gráfico poblacional que quiere ver más representación gráfica / mucho texto

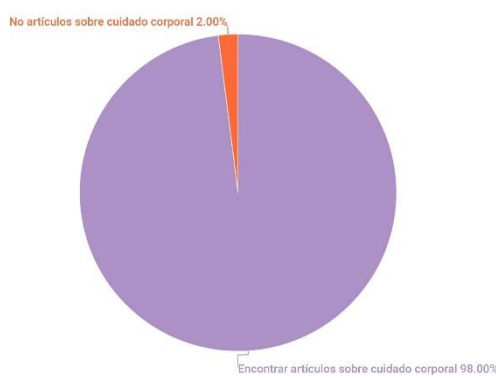


Figura 23. Gráfico poblacional que quiere artículos sobre cuidado corporal / no artículos sobre cuidado corporal

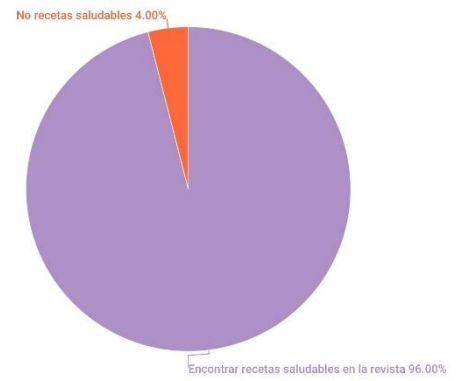


Figura 24. Gráfico poblacional que quiere artículos sobre recetas saludables / no artículos sobre recetas saludables

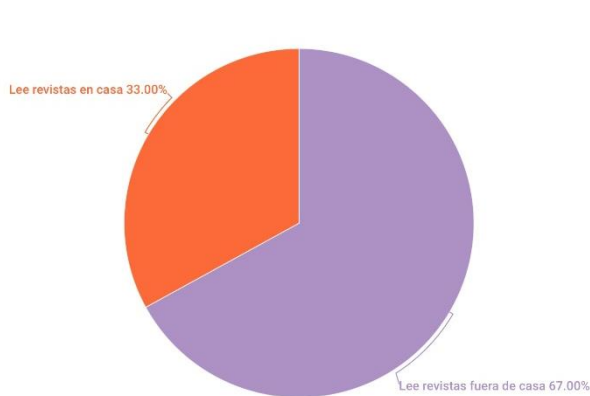


Figura 25. Gráfico poblacional que lee revistas fuera de casa / lee revistas en casa

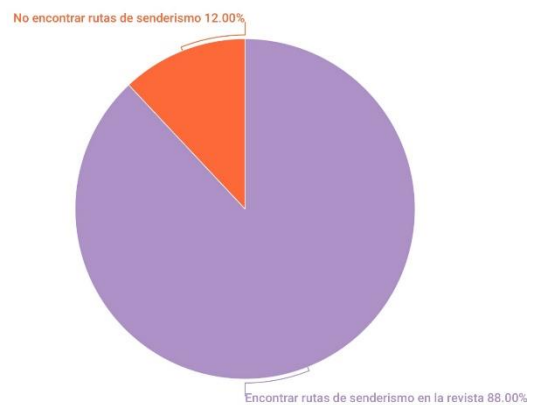


Figura 26. Gráfico poblacional que quiere artículos sobre rutas de senderismo / no artículos sobre rutas de senderismo

6.3. ASPECTOS FORMALES DE LA REVISTA *IDÍLICO*

6.3.1. TEMÁTICA

La temática del prototipo de la revista *Idílico* será principalmente el bienestar y estilo de vida saludable.

Estos temas serán abordados desde un lenguaje natural y desde un punto de vista actualizado. Cada número hablará sobre diferentes temas dentro de los ámbitos mencionados anteriormente como son el bienestar personal y un ritmo de vida saludable.

Para este primer número se han elegido temas como el *No gluten, no lactosa*; *A todas partes, en todas partes* en cuanto a viajes y *Outdoor* en cuanto a deporte y rutas de senderismo, entre otros temas.

Se hablará sobre los temas más actuales y que más les puedan interesar a nuestros lectores. Para ello abriremos en la web un foro donde puedan dejarnos sus preguntas e intereses para poder así interactuar con ellos y brindarles la información que necesitan.



Figura 27. Interior revista *Idílico* /Bio/ pág. 48 y 49.



Figura 28. Interior revista *Idílico* /Bienestar/ pág. 16 y 17.

6.3.2. NAMING

Desde el primer momento se tenía claro que la revista no iba a tener un nombre común o demasiado repetido. Después de un proceso de búsqueda, contraste y análisis de varios nombres se decide que se va a llamar *Idílico*.

¿Por qué *Idílico*? La palabra idílico se refiere a algo muy agradable o apacible, que tiene las características que se asocian al paraíso, como la belleza, el bienestar, etc.

Esto es lo que se quiere transmitir, la revista *Idílico* pretende promover la aceptación y el cuidado físico y mental. Por esto el nombre se asocia a la búsqueda de nuestra mejor versión.

En cuanto a la tipografía de éste, se ha utilizado la familia tipográfica *Geomanist Regular*, una tipografía contemporánea sin serifa que se muestra con un estilo limpio y elegante mezclando una personalidad geométrica y humanista.

El color del título variará según los diferentes números que se publiquen de la revista, siempre manteniendo la estética de colores pastel y la utilización de colores en mayor medida complementarios.

6.3.3. ESTRUCTURA INTERIOR

6.3.3.1. SECCIONES

En este punto en el que nos encontramos dividimos la revista en secciones para obtener una buena organización del contenido y fácil acceso a él.

Idílico se divide en ocho secciones:

- *Compartir es vivir*: dónde aparecen consejos, sugerencias o temas sobre los que preguntan los lectores y no tienen un lugar definido en otras secciones.
- *Bienestar*: habla sobre temas de bienestar general.
- *Cómo como*: este apartado proporciona información sobre recetas y alimentación.
- *Sport*: habla sobre diferentes deportes y rutas.

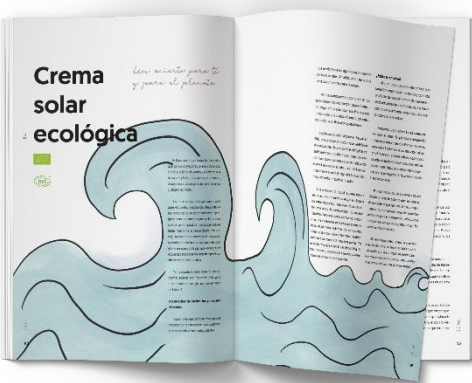


Figura 29. Interior revista *Idílico* /Bio/ pág. 52 y 53.

SUMARIO	COMPARTIR ES VIVIR	08	23	
		Higge El secreto de la felicidad en las pequeñas cosas	La dieta del colágeno Cómo incorporarlo en nuestro día a día	
		10	26	
		Levantarse con buen pie Hábitos, sueño y canciones	Vinos Benéficos	
	BIENESTAR	CÓMO COMO	12	30
			Yoga facial Ánima por dentro y por fuera	Frutos secos True or false Recetas
			16	36
			El "qué dirán" Opiniones no perdidas	Estrés y alimentación Nos afecta
		20	39	
		Deshinchate Consejos para no sentirte hinchado	NO gluten NO lactosa Qué como?	

SPORT	40	Outdoor Una moda saludable	ESCAPATE	56	A todas partes, en todas partes Los destinos más baratos	
	44	Yoga al aire libre Eco-yoga		RESPLANDECE	60	Remedios naturales Plantas medicinales
	47	Celulitis Cómo combatirla			64	Encuentra tu estilo Saca tu yo interior
BIO	50	Menú vegetariano y vegano De temporada	ESTILOS@		68	Pañuelos Tendencia versátil
	54	Crema solar ecológica Un esmero para ti y para el planeta		74	Moda Genderless Mucho más que ropa unisex	

Figuras 29 y 30. Interior revista *Idílico* Índice.

- **Bio:** encontramos aquí información sobre elementos ecológicos y recetas veganas y vegetarianas.
- **Escápate:** aquí podemos encontrar ofertas y sugerencias sobre escapadas y viajes.
- **Resplandece:** en el apartado de belleza exponemos trucos y remedios naturales para el cuidado de la piel y el rostro.
- **Estilos@:** este es el apartado de moda en el que se enumeran las modas más actuales y tendencias.

6.3.3.2. CONTENIDO

El contenido de la revista se ha buscado minuciosamente en internet, ha pasado por un proceso de selección y contraste entre varios artículos tanto de otras revistas como de blogs, páginas especializadas, etc. hasta encontrar los artículos que mejor se adaptan a nuestras necesidades y a las del lector. En varias ocasiones se ha procedido a la edición y combinación de varios artículos para obtener un mejor resultado.

La indagación y selección del texto corresponde a la labor que ejercería el director de contenido de la revista. La búsqueda y selección de imágenes ocupa la función que desempeñaría el director de fotografía. Por último, la creación y elaboración de las ilustraciones hechas por la autora de este proyecto corresponden al trabajo de la ilustradora.



Figura 31. Portada e interior revista *Idílico*. /Cómo como / Pág. 28 y 29

Malina1 Regular

SERENA REGULAR

Geomanist Black

Geomanist Bold

Geomanist Medium

Geomanist Regular

Geomanist ExtraLight

Geomanist Light

Figura 32. Tipografías Malina1, Serena y Geomanist

6.3.4. TIPOGRAFÍA Y COLOR

La tipografía es uno de los elementos más importantes en la composición de un diseño. Debemos tener en cuenta el tamaño, el grosor, el color, la forma, entre otras cualidades para encontrar la tipografía correcta para cada composición.

La tipografía nos permite reforzar el mensaje que queremos transmitir y comunicarlo de forma adecuada. Debe cumplir con factores importantes como la legibilidad y la funcionalidad.

Según Ruari McLean, las distintas aportaciones necesarias para elaborar la revista proceden de fuentes diversas, manuscritas o mecanografiadas, estilos distintos y distinta capacidad y precisión. Los artículos deben ser preparados utilizando un sistema fijo de ortografía, puntuación y estilo general.⁷ (1987, p.202)

Para el prototipo de *Idílico* se ha utilizado:

En cuanto a la portada se ha empleado la tipografía *Geomanist Regular* para el título de la revista, el subtítulo en *Malina1 Regular*, los titulares en *Geomanist Medium* y dentro de estos en el resumen se ha empleado la tipografía *Geomanist Light* igual que para el número de la edición.

En cuanto al interior empezando por los elementos de la página maestra se ha usado el tipo de letra *Geomanist Light* 9 puntos para nombrar las secciones a lo largo de la revista, *Geomanist ExtraLight* 8 puntos para el nombre de la revista en cada página del interior, y *Geomanist Bold* 8 puntos para la numeración de páginas.

En el índice se ha empleado *Geomanist Black* para nombrar las secciones, *Geomanist ExtraLight* para mostrar el número de página en el que se ubica cada sección, *Geomanist Medium* para los títulos de sección y *Geomanist Light* para los subtítulos de cada una.

A lo largo del prototipo se ha usado *Geomanist Regular* con 7 puntos para el cuerpo de texto, *Geomanist Medium* para los títulos de artículos y *Serena Regular* para los títulos de los artículos importantes.

Malina1 Regular para los subtítulos de los artículos, *Geomanist Light* para los subtítulos de los artículos destacados de cada número, *Geomanist Bold*



Figura 33. Paleta de color prototipo revista *Idílico*

⁷ MCLEAN, R., 1987. *Manual de tipografía*. Madrid: Cable Blumeediciones. ISBN 9788487756344



Figura 34. Interior revista *Idílico / Estilos@* / pág. 66, 67, 68 y 69.

para las citas y los subtítulos dentro del cuerpo de texto, y *Serena Regular* para los subtítulos dentro del cuerpo de texto en los artículos destacados. *Geomanist Bold* y *Black* para destacar palabras en ocasiones y *Geomanist Light* para contrastar con otros grosores de texto en ocasiones.

Estas tipografías se han elegido ya que *Gemoanist* aporta buena legibilidad, *Serena* es de un carácter más orgánico y aporta una apariencia manuscrita y *Malina1* por otro lado comporta un estilo más elegante y refinado.

En cuanto al color, se ha empleado una gama de colores pastel en diferentes tonalidades para conseguir aportar armonía a la publicación.

6.3.5. ILUSTRACIONES

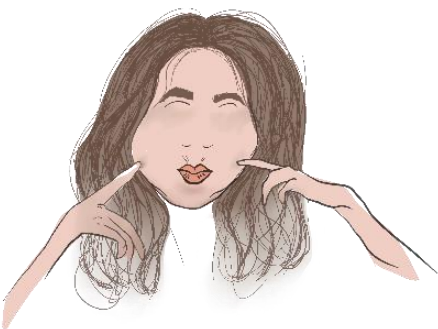
Las ilustraciones forman una parte muy importante en esta publicación ya que son parte del carácter y el estilo de la revista.

Una imagen aislada, desprovista de palabras, está abierta a la interpretación. Al añadir texto a una imagen modificamos su significado. Texto e imagen se combinan de infinitas formas. Un texto puede estar subordinado a una imagen o predominar sobre ella. El texto puede respetar o ignorar los límites de una imagen.⁸ (*Lupton y Cole, 2009, p.108*)

Simultáneamente a la organización y maquetación de contenidos se han realizado cada una de las ilustraciones especialmente para cada artículo de la revista. En algunas ocasiones se ha planteado la mezcla entre fotografía e ilustración ya que es un elemento interesante que dota a la revista con un carácter diferenciador e innovador.

Una ilustración puede expresar un concepto o un sentimiento mejor que una fotografía porque los lectores, no pueden evitar asignar un contenido narrativo a una foto, sobre todo si es figurativa. Por el contrario, las ilustraciones “se leen” de un modo diferente y permiten a la historia, al director artístico y al lector crear otro tipo de asociaciones abstractas, a menudo, más expresivas.⁹ (*Zappaterra, 2008a, p.70*)

En cuanto al proceso de producción de las ilustraciones en primer lugar se ha organizado cada página y la información de cada una de ellas para poder hacer una ilustración acorde a las necesidades de cada página.



Figuras 35 y 36. Bocetos pruebas estilo y trazo ilustración

⁸ COLE, J y LUPTON, E., 2009. *Diseño gráfico: nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili. S. L. ISBN 9788425228933

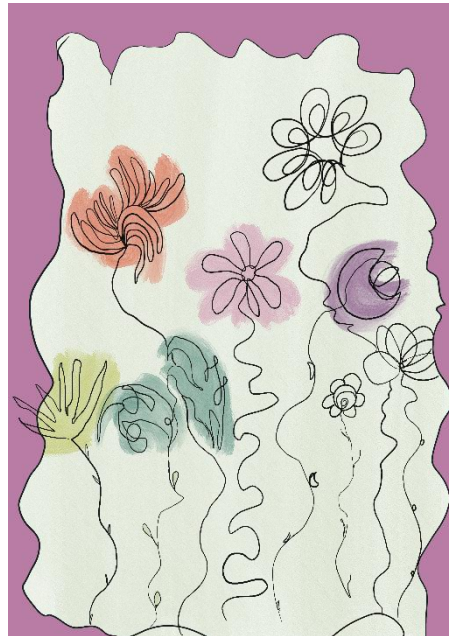
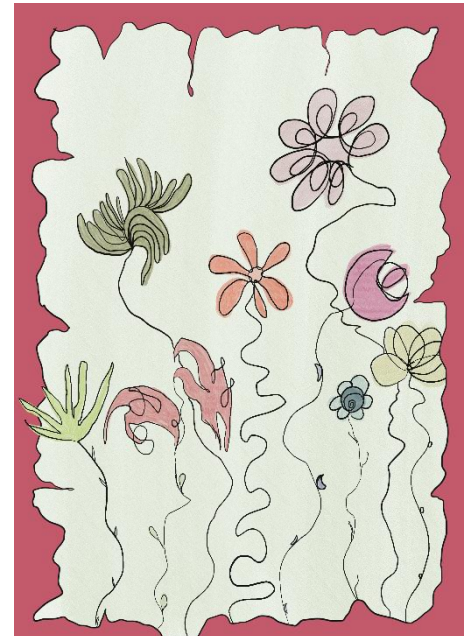
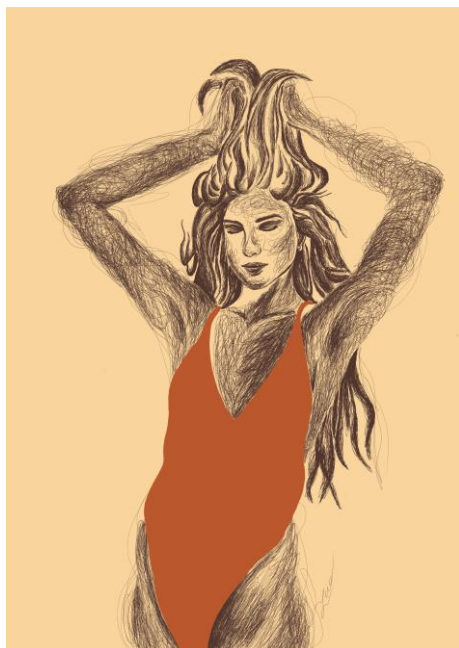
⁹ ZAPPATERRA, Y., 2008a. *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili S.L. ISBN 9788425221484



Figura 37. Estilo final ilustración

Los bocetos han sido el segundo paso además de la elección y pruebas de color acorde con la gama elegida anteriormente. Para las ilustraciones se han realizado pruebas de estilo como el grosor de la línea, el tipo de pincel utilizado, etc.

Todas las imágenes tienen una resolución de 400 píxeles por pulgada (ppp) y un modo de color CMYK establecido para que el color de la impresión sea el mismo que el que se ve en pantalla. Con estas características se asegura tener imágenes de calidad para una impresión acorde a lo que se ha creado.

Figura 38. Boceto prueba de color y trazo ilustración para prototipo revista *Idílico*Figura 39. Ilustración final para prototipo revista *Idílico*

6.3.6. PORTADA

La cubierta es el conjunto que compone la parte exterior de la revista, es donde primero se centra la mirada y el primer contacto visual del consumidor a la hora de elegir una revista. Por eso la portada es uno de los elementos más importantes.

“La portada es el componente de la revista que trabajará sin descanso para el beneficio del editorial, competirá por distinguirse y transmitir su mensaje entre la competencia. La portada de cualquier publicación soporta una



responsabilidad inmensa: ha de ser muchas cosas para mucha gente.”¹⁰ (Zappaterra, 2008b, p.29)

Para esta revista se han creado varias opciones de portada con un estilo desenfadado que aporta carácter a la portada. Se han empleado recursos gráficos como son la línea fina contrastada con masas de color. Se juega con la textura y la combinación de diferentes colores.

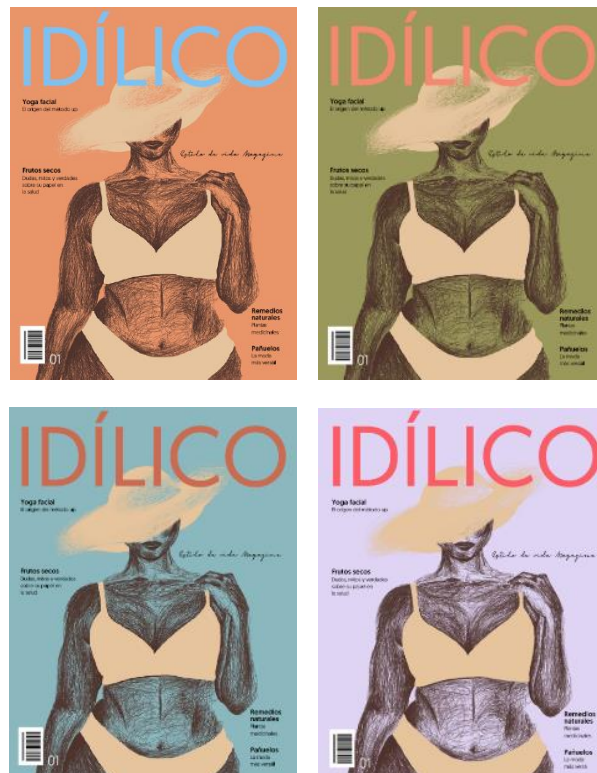
Después de realizar varias pruebas, una vez elegida la imagen que dará forma a la portada, jugamos con los colores hasta encontrar la combinación adecuada para una correcta legibilidad y una buena expresión del mensaje que queremos transmitir con ella.

La portada elegida finalmente está compuesta por fondo naranja y título en color azul, teniendo en cuenta que el naranja lo asociamos positivamente, es un color vibrante y alegre, y el azul es pacífico y suave.



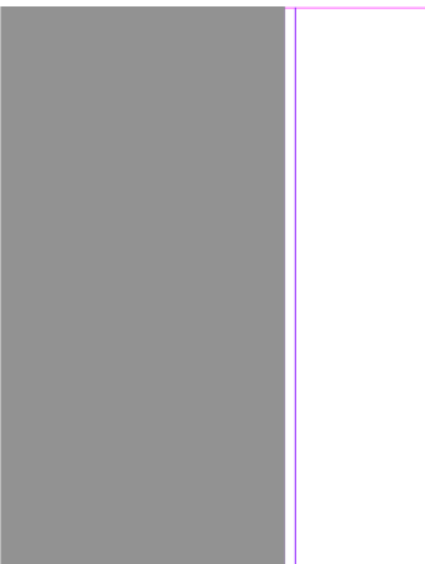
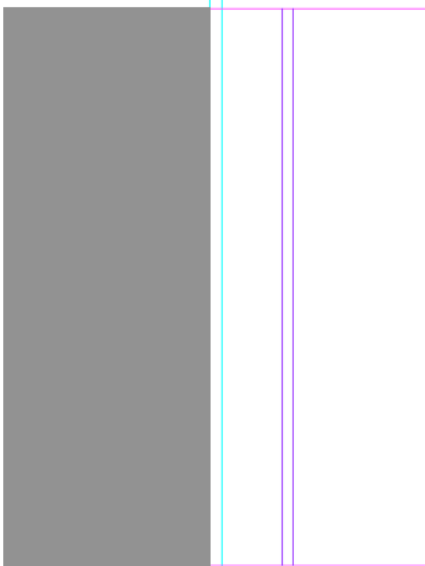
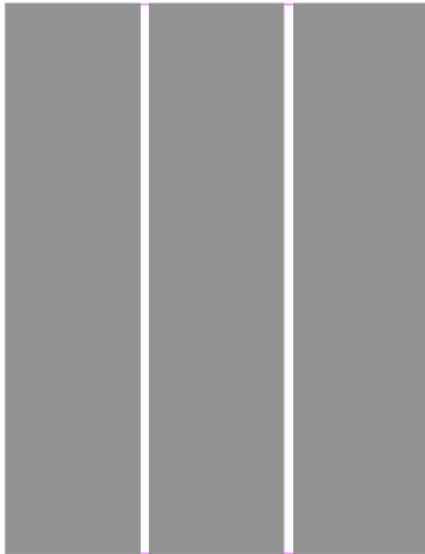
Figuras 40, 41 y 42. Ilustraciones para posibles portadas

Probamos también varias composiciones y ubicaciones de los titulares para conseguir una distribución armoniosa.



Figuras 43, 44, 45 y 46. Pruebas de portada

¹⁰ ZAPPATERRA, Y., 2008b. *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili S.L. ISBN 9788425221484



6.3.7. MAQUETACIÓN

Es debido crear composiciones visualmente atractivas y funcionales, que faciliten la lectura y le den un equilibrio y coherencia a toda la publicación. Se deben tener en cuenta como factores principales las formas, el contraste, los tamaños, el equilibrio, la profundidad, etc.

Llegados a este punto debemos crear una retícula como elemento principal para una buena composición de los elementos que habrá en el interior de la revista.

“Una retícula consiste en un conjunto determinado de relaciones basadas en la alineación, que actúan como guías para la distribución de los elementos en todo el formato. Cada retícula contiene las mismas partes básicas, con independencia del grado de complejidad que alcance.”¹¹ (Samara, 2002, p.24)

La maquetación por lo tanto consiste en organizar los elementos de manera que el lector pueda recorrer visualmente los elementos de la página de forma fácil y cómoda.

Debemos tener en cuenta a la hora de diseñar la retícula los medianiles, los márgenes y los espacios en blanco, además del tamaño que tiene la revista, que es 178 mm x 230 mm.

En primer lugar, teniendo en cuenta el tamaño de la revista que es A5, se empieza a diseñar la retícula por columnas y se divide en 3 cajas de texto, a raíz de estas medidas todas las cajas de texto estarán ligadas. Se han creado tres tamaños de cajas de texto para variar el diseño consiguiendo una coherencia.

Con esta composición de retícula se ordena el texto de los artículos teniendo en cuenta que se debe crear una revista con una extensión de número de páginas múltiplo de 4.

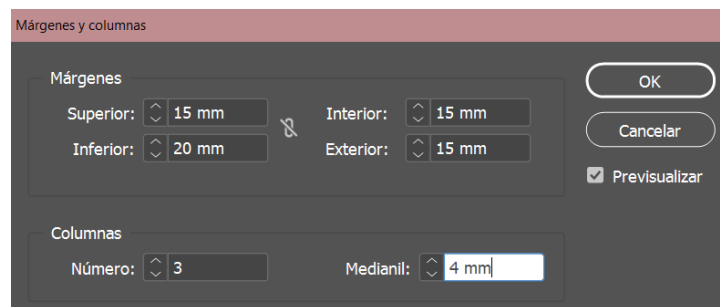


Figura 50. Medida de márgenes.

Figuras 47, 48 y 49. Columnas

¹¹ SAMARA, T., 2002. *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili S.L. ISBN 9788425222245

IMPRESIÓN Y ACABADO

6.4.1. FORMATO Y MATERIALES

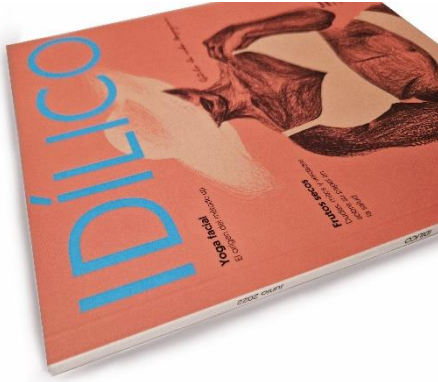


Figura 51. Cubierta impresa revista *Idílico*.

El formato de la publicación se decide teniendo en cuenta un criterio estético, pero además se debe considerar el ámbito económico junto con la funcionalidad y el contenido. Dependiendo del uso y el contexto al que vaya enfocada la publicación se creará en un formato más grande o más pequeño, con un tipo de papel u otro.

Los aspectos a tener en cuenta en torno al papel son varios, el papel puede gramaje, puede tener diferentes grados de blancura, reciclado o virgen.

La revista *Idílico* tendrá un formato impreso en tamaño A5, la justificación de este tamaño que no es el habitual se debe a que se implanta la idea de que el lector pueda llevarla con él de forma cómoda. El tipo de papel que se ha empleado es papel ecológico con 120 gramos de grosor en acabado mate. La cubierta se ha impreso en papel de 300 gramos también en acabado mate. Se ha elegido el papel normal que es ecológico ya que su impacto medioambiental es menor que por ejemplo el impacto que crea el papel reciclado, ya que se emplean más medios para su elaboración.

En el siglo XXI el medio ambiente se ha convertido en un tema impreso, editores, diseñadores y, en general, quienes participan en otras actividades de la cadena de la industria gráfica pueden contribuir enormemente a reducir el impacto medioambiental y los desechos relacionados con su trabajo.¹² (Bann, 2010, p.24)

Este tipo de papel además de contribuir a la no deconstrucción del medio ambiente aporta un estilo natural y sencillo a la publicación, en coherencia con los valores que apela la revista, sencillez, armonía, calma, bienestar y entorno.

En cuanto al encuadernado, hay varias opciones como son la encuadernación fresada, la encuadernación con hilo o la de caballete también conocida como grapado. Se empleará la encuadernación con hilo para encuadernar la publicación, ya que es la más económica y la revista se compone de 80 páginas impresas en papel de 120 gramos, adecuado para este tipo de encuadernado con hilo y posteriormente pegado al lomo.



Figura 52. Interior revista *Idílico* impresa.



Figura 53. Interior revista *Idílico* impresa.

¹² BANN, D., 2010. *Actualidad en la producción de artes gráficas*. Barcelona: BLUME. ISBN 9788480767460



6.4.2. MERCHANDISING

El merchandising es una estrategia de marketing para la promoción y venta de productos con la intención de alcanzar un número mayor de ventas y atraer nuevos clientes. Se ha empleado este conjunto de técnicas para mejorar las ventas y la rentabilidad en nuestra revista.

Se han creado tote bags realizadas mediante la técnica de estampación de la serigrafía con ilustraciones de la revista, pudiéndose utilizar estas como medio para poner tanto objetos personales, como para transportar la revista en ellas.

En segundo lugar, como estrategia de marketing se han creado camisetas con el signo de identidad de la revista, camisetas de colores variados en tonalidades pastel y las ilustraciones en color tierra o blanco. Las ilustraciones se pueden ver en la parte trasera mientras que en la parte delantera de la camisa aparece el nombre de la revista.

Otra estrategia de marketing que se ha empleado ha sido a realización de carteles con diferentes ilustraciones que aparecen en el primer número de la revista para poder obtener una mayor expansión en cuanto al conocimiento del producto.



Figuras 54 y 55. Diseño de camiseta color rosa



Figura 56. Diseño de cartel.



Figuras 57, 58, 59 y 60. Diseño de camisetas y bolsas.

6.4.3. PRESUPUESTO

El presupuesto es la administración de los costes que supondrá la impresión de la publicación, en él se estudian los recursos además de los límites y objetivos monetarios.

Se ha elaborado un presupuesto para la correspondiente impresión de la revista *Idílico*.

Se plantea en un principio una tirada de 1000 unidades en impresión digital con papel de 120 gramos para las páginas interiores y papel de 300 gramos para la cubierta. Teniendo en cuenta que la revista mide 178 mm x 230 mm.

Los costes de producción serían 5.000 euros por una tirada con las características anteriormente nombradas. Si posteriormente se hiciera una tirada mayor los costes se reducirían ya que cuanto más cantidad de impresiones más económico es el coste.

6.5. PÁGINA WEB

La página web se establecerá como un medio online y se compaginará con la revista. La intención de la web es aportar información complementaria para que los lectores puedan ver una introducción del contenido de las publicaciones.

Se ha establecido una relación cromática, tipográfica y estilística para la elaboración de la página web en relación con la publicación física de la revista.



Novedades

Bienestar



Deshinchate
Consejos para no sentirte hinchado

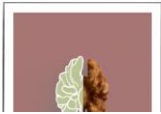
Muchas veces nos sentimos hinchador y no sabemos porqué. En este artículo hablaremos sobre los mejores consejos para evitar sentirse hinchado y que alimentos o patologías influyen en esta cuestión.



Yoga facial
Radante por fuera y por d



Cómo como



Es importante saber que existe mucha variedad de frutos secos, vamos a descubrir cuáles son más saludables y con que otros alimentos los podemos



Interactúa



- M** **estrias**
por: maria9992
nuevo 9 de junio de 2020 a las 21:48
- U** **Sobre la dieta k7**
por: user108873657
nuevo 9 de junio de 2020 a las 20:38
- U** **Sobre la dieta k7**
por: user108873657
nuevo 9 de junio de 2020 a las 20:38
- A** **Cervicales!!!**
por: aldarassssssss
nuevo 9 de junio de 2020 a las 17:29
- B** **Reto 3 Kilos al mes**
por: baanaaa

Artículos

Estilos@



Moda Genderless
Mucho más que ropa unisex

Las modas cambian y en la actualidad nos encontramos en un boom de diferentes estilos. Hablamos sobre las nuevas prendas tanto para mujer como para hombre, la ropa ya no tiene género!



Encuentra tu e
Saca tu yo interior



Bio



Cada día nos comprometemos más con los animales y con nuestro entorno. Este artículo expone los menús más deliciosos de



Moda Genderless



Cada vez son más las firmas que se suman a la moda sin género, una tendencia que pretende eliminar las etiquetas que diferencian entre lo masculino y femenino.

La división tradicional entre la ropa masculina y la femenina es cada vez más difusa. Tanto que algunas empresas de moda han eliminado las secciones de sus tiendas y ya colocan las prendas con criterios que nada tienen que ver con el género. La diferenciación se hace únicamente por colores, estilo, tallas o diseñador. No porque se trate de ropa de chico o de chica. «Eso de ¿esto es de hombre o de mujer? ya debería de estar superado en muchos aspectos. Lo importante es que al cliente le guste y le sienta bien. Nada más», resume Abraham Taboas, fundador de la marca unisex Pitágora.

La moda sin género todavía es la excepción y no la norma, pero lo cierto es que cada vez son más las grandes firmas y cadenas que abrazan el fenómeno 'genderless', una tendencia que pretende eliminar las barreras y las etiquetas que diferencian entre ropa de mujer y de hombre. «Somos cada vez más conscientes de que el género no es binario. Sin embargo, la ropa todavía se comercializa en ese sentido».

Solo hay que fijarse en la preponderancia de la mentalidad de 'el rosa es para las niñas' en todos los departamentos infantiles de los comercios para ver cómo las decisiones que tomamos al comprar pueden reforzar los roles artificiales de género», argumenta la reconocida interiorista Faye Toogood, responsable del diseño de un novedoso espacio de compra de moda, accesorios y belleza sin género en Selfridges, el templo de las compras londinense y pionero en la promoción de la moda 'genderless', a la que dedica tres plantas completas.

Aunque la moda unisex pueda parecer un concepto muy moderno, lo cierto es que se trata de una vuelta a sus propios inicios, cuando hombres y mujeres llevaban prácticamente las mismas prendas. «En realidad, el ser humano empezó a vestir sin género. En Egipto o Roma el vestuario era muy similar para ambos sexos. No fue hasta el Renacimiento cuando empezó a diferenciarse claramente la ropa femenina de la masculina, sobre todo en la cultura occidental», explica Eduardo Sánchez, director del Instituto Europeo de Diseño (IED) Madrid Fashion School y experto en diseño de vestuario.

Suscríbete

My details

First name (required) Last name (required)

Company (if any) Title (if any)

Email (required) Address 1 (required)

Address 2 City (required)

State/Province (required) Zip (required)

Phone (required) Spain

Preferred password (for digital access)

La página web estará compuesta por cinco apartados:

Novedades: se publicará una introducción de los temas que saldrán en el siguiente número.

Artículos: Los artículos de los números anteriores quedarán guardados en el apartado artículos.

Interactúa: Es un apartado en el que se pueden lanzar preguntas y así interactuar con la revista para que se pueda saber los temas que más les interesan y le preocupan al público. Es un foro en el que además otros leyentes podrán contestar a las preguntas recurriendo así a una interacción mayor.

Suscríbete: La suscripción a la página web de la revista para recibir notificaciones sobre nuevas publicaciones se hace desde este apartado.

Sobre nosotros: se explica quiénes somos y que pretendemos, se habla sobre nosotros y sobre donde se puede conseguir la revista.

Figura 61. Diseño introducción artículo en página web

6.6. DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN

6.6.1. Difusión

Sobre nosotros

QUIÉN SOMOS?

Idílico es una revista de estilo de vida saludable y bienestar personal.

QUE PRETENDEMOS?

Idílico pretende atraer a los lectores más inquietos e interesados en saber todas las novedades y secretos sobre la salud física y mental, y de esta manera, que puedan incorporarlo a su día a día.

CUALES SON NUESTROS OBJETIVOS?

Idílico tiene como objetivo llegar a todas esas personas que se cuidan o quieren empezar a hacerlo y animarlas con los datos más actualizados a poder hacerlo.

DÓNDE PUEDES ENCONTRARNOS?

Somos una revista trimestral que puedes conseguir en formato físico en los siguientes puntos de venta: Quioscos, librerías y papelerías de la Comunidad Valenciana.

Te invitamos a leer nuestra edición física ya que pretendemos que nuestros lectores desconecten de los aparatos electrónicos y puedan de esta forma despejar su mente y conectar más con su entorno y con ellos mismos.

Puedes contactar con nosotros y ver las nuevas actualizaciones también a través de:

 @idilicomagazine
  IdílicoMagazine
  idilicomagazine@gmail.com

Figuras 62, 63, 64, 65, 66 y 67.
Diseño apartados página web

Se emplearán los medios más actuales para dar visibilidad al proyecto, las redes sociales, para difundir la entrada en el mercado de la publicación mediante publicaciones en la página que se creará en las diferentes redes como son *Instagram* y *Facebook*. Se emplean las estrategias de difusión digital para llegar a un número mayor de público de todas las edades, así dependiendo de la red social que se emplee se llegará a un público más joven o adulto.

Se creará contenido digital empleando las historias de 24h las publicaciones en el perfil y en el caso de Instagram los Reel para enganchar a nuevos lectores a conocer y leer la revista. Se publicarán adelantos de los temas además de información sobre los eventos, etc.

Físicamente se han realizado carteles ya que son la forma de promoción más directa para impactar en el público. Estos se componen de ilustraciones relacionadas con la revista y el nombre de ésta en tamaño grande en la parte superior, como si de una portada se tratara. Serán puestos en diferentes sitios de la ciudad para dar una mayor repercusión días antes de la presentación de la revista.

Además, se han hecho a mano camisetas y bolsas combinando dos ilustraciones que aparecen en el primer número de la revista. Serían repartidas en los primeros 200 ejemplares intercalando entre camisetas y bolsas una en cada unidad.

Con las camisetas y bolsas que también se han hecho como estrategia de promoción y difusión del conocimiento de la revista, al llevar las camisetas puestas y las bolsas como accesorio, se da visibilidad al proyecto además de poder utilizarlas de forma funcional para el uso personal.

6.6.2. Distribución

La revista se distribuirá en diferentes puntos de venta, para determinar cuáles, se debe analizar cada punto para encontrar el target que se desea.

La revista se distribuirá inicialmente en la Comunidad Valenciana, en puntos de venta como papelerías, quioscos, librerías o supermercados. También se podrán encontrar en salas de espera de centros de estética, fisioterapia, dentistas, etc. Y en ayuntamientos, centros comerciales o centros deportivos.

7. CONCLUSIONES



Figura 68. Diseño Instagram revista *Idílico*

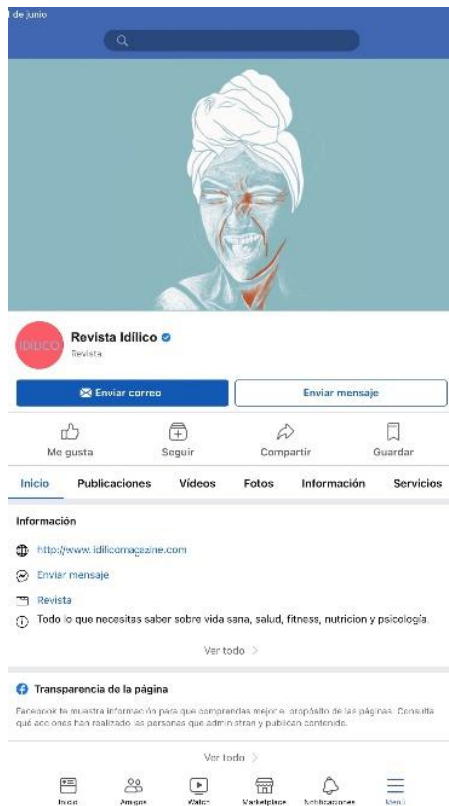


Figura 69. Diseño Facebook revista *Idílico*

Se ha planteado un proyecto con altas expectativas al que se ha dedicado mucho tiempo e implicación. Ha sido un proyecto nuevo que requería implicación e interés y se han obtenido resultados muy buenos. Se han cumplido los objetivos principales de los cuales en primer lugar se observa la realización de un proyecto bien acabado y de calidad, tanto gráficamente cómo conceptualmente.

Se ha conseguido obtener una composición equilibrada y una identidad propia para la publicación. Con ayuda de la documentación y la investigación sobre el diseño editorial se ha aprendido mucho sobre la maquetación y sobre cómo crear una composición dinámica y original.

En esta fase de planteamiento global se ha establecido el planteamiento de la web, la difusión y distribución de la revista. Lo que se ha creado para este proyecto es un prototipo de la revista *Idílico* y por lo tanto estos factores que se han planteado se darían en otras fases en el caso de que saliera al mercado realmente.

El resultado final del proyecto ha sido satisfactorio porque se han conseguido todos los objetivos planteados en los inicios, se ha conseguido crear una publicación original y con un carácter único y diferenciador del resto.

Ha resultado un reto la elección tanto de las tipografías como de los colores ya que se debía conseguir un conjunto armónico, aunque finalmente después de mucho trabajo y muchas pruebas se consiguió combinar tres tipografías que se complementaban perfectamente y una paleta de color acorde con la idea de la revista.

Otro punto que ha sido interesante ha sido la creación de todas las ilustraciones del prototipo debido a que ha sumado dificultad a la creación del prototipo y se ha tenido que analizar la distribución de cada página para poder crear una ilustración acorde al tema y a la composición, además de hacer pruebas de trazado, color, estructura, etc.

Finalmente, este proyecto ha sido muy significativo ya que ha aportado un gran conocimiento sobre el diseño editorial y la maquetación de revistas, por otro lado, ha sido muy interesante aprender de los errores y obtener una buena preparación profesional en el ámbito del diseño editorial.



Figura 70. Interior revista *Idílico / Estilos@*/ pág.70, 71, 72 y 73.

8. REFERENCIAS

AMBROSE, G y HARRIS, P., 2009. *Fundamentos del diseño gráfico*. Barcelona: Parramón. ISBN 9788434235053

BANN, D., 2010. *Actualidad en la producción de artes gráficas*. Barcelona: BLUME. ISBN 9788480767460

Buenavida [en línea]. Madrid [consulta: 17 marzo 2022]. Disponible en <<https://buenavida.pr/>>.

Cereal [en línea]. Reino Unido. [consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <<https://readcereal.com/>>.

COLE, J y LUPTON, E., 2009. *Diseño gráfico: nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili. S. L. ISBN 9788425228933

Cuerpamente [en línea]. Barcelona: RBA Revistas [consulta: 17 marzo 2022]. Disponible en <<https://www.cuerpamente.com/>>.

DYM MARKET ESEARCH, 2019. *Salud y estilo de vida* [en línea]. Barcelona: [consulta: 10 noviembre 2021]. Disponible en: <<https://institutodym.es/es/salud-y-estilo-de->

USERO PERIS, Irene, 2014. *Proyecto de diseño editorial: concepción de la revista May y prototipo impreso*. Trabajo Fin de Grado. Universitat Politècnica de València. Facultat de Belles Arts de San Carles. Valencia. [consulta: 03 junio 2022]. Disponible en <<https://riunet.upv.es/handle/10251/48729>>.

Yorokobu [en línea]. Madrid. [consulta: 17 marzo 2022]. Disponible en <<https://www.yorokobu.es/>>.

ZAPPATERRA, Y., 2008. *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili S.L. ISBN 9788425221484

9. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1. Papiro egipcio. Pág. 11. Fuente:

<https://www.xlsemanal.com/conocer/historia/20190226/libro-de-los-muertos-papiro-de-ani-egipto-jeroglifico.html>

Figura 2. Primeras revistas del mundo, revista francesa *Le Mercure Galant*, 1972. Pág. 11. Fuente: <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2014/las-primeras-revistas/>

Figura 3. Revista científica. Pág. 1. Fuente: <https://rccm-umss.com/index.php/revistacientificacienciamedica/issue/view/31>

Figura 4. Interior revista gráfica. Revista *Gráfica*. Pág. 12. Fuente: <https://graffica.info/tienda/revista-graffica-artes-graficas-21/>

Figuras 5 y 6. Interior revista *Yorokobu*. Pág. 13. Fuente: <https://www.yorokobu.es/>

Figuras 7 y 8. Interior revista *Experimenta*. Pág. 14. Fuente: <https://www.experimenta.es/>

Figuras 9 y 10. Portada e interior revista *Buenavida*. Pág. 14 y 15. Fuente: <https://buenavida.pr/>

Figuras 11 y 12. Portada e interior revista *Cereal*. Pág. 15. Fuente: <https://readcereal.com/>

Figura 13. Interior revista *Idílico*. Pág. 17. Fuente: Figura propia.

Figura 14. Análisis DAFO revista *Idílico*. Pág. 18. Fuente: Figura propia.

Figura 15. Gráfico población con estilo de vida saludable. Pág. 20. Fuente: Figura propia.

Figuras 16 y 17. Planificación del tiempo de realización prototipo revista *Idílico*. Pág. 21. Fuente: Figura propia.

Figura 18. Gráfico población deportista / no deportista. Pág. 21. Fuente: Figura propia.

Figura 19. Gráfico población que quiere ver cuerpos reales en revistas / ver cuerpos estereotipados. Pág. 22. Fuente: Figura propia.

Figura 20. Gráfico población que quiere ver ilustración y fotografía / sólo fotografía. Pág. 22. Fuente: Figura propia.

Figura 21. Gráfico población que cree que se debe fomentar un estilo de vida saludable / no fomentar estilo de vida saludable. Pág. 22

Figura 22. Gráfico población que quiere ver más representación gráfica / mucho texto. Pág. 22. Fuente: Figura propia.

Figura 23. Gráfico población que quiere artículos sobre cuidado corporal / no artículos sobre cuidado corporal. Pág. 22. Fuente: Figura propia.

Figura 24. Gráfico población que quiere artículos sobre recetas saludables / no artículos sobre recetas saludables. Pág. 22. Fuente: Figura propia.

Figura 25. Gráfico población que lee revistas fuera de casa / lee revistas en casa. Pág. 22. Fuente: Figura propia.

Figura 26. Gráfico población que quiere artículos sobre rutas de senderismo / no artículos sobre rutas de senderismo. Pág. 22. Fuente: Figura propia.

Figura 27. Interior revista *Idílico /Bio/* pág. 48 y 49. Pág.23. Fuente: Figura propia.

Figura 28. Interior revista *Idílico / Bienestar /* pág. 16 y 17. Pág. 23. Fuente: Figura propia.

Figuras 29 y 30. Interior revista *Idílico /Bio/* pág. 52 y 53. Pág. 24 y 25. Fuente: Figura propia.

Figura 31. Portada e interior revista *Idílico. /Cómo como /* Pág. 28 y 29. Pág. 25. Fuente: Figura propia.

Figura 32. Tipografías Malina1, Serena y Geomanist. Pág. 26. Fuente: Figura propia.

Figura 33. Paleta de color prototipo revista *Idílico*. Pág. 26. Fuente: Figura propia.

Figura 34. Interior revista *Idílico / Estilos@ /* pág. 66, 67, 68 y 69. Pág. 27. Fuente: Figura propia.

Figuras 35 y 36. Bocetos pruebas estilo y trazo ilustración. Pág. 27. Fuente: Figura propia.

Figura 37. Estilo final ilustración. Pág. 26. Pág. 28. Fuente: Figura propia.

Figura 38. Boceto prueba de color y trazo ilustración para prototipo revista *Idílico*. Pág. 28. Fuente: Figura propia.

Figura 39. Ilustración final para prototipo revista *Idílico*. Pág. 28. Fuente: Figura propia.

Figuras 40, 41 y 42. Ilustraciones para posibles portadas. Pág. 29. Fuente: Figura propia.

Figuras 43, 44, 45 y 46. Pruebas de portada. Pág. 29. Fuente: Figura propia.

Figuras 47, 48 y 49. Columnas. Pág. 30. Fuente: Figura propia.

Figura 50. Medida de márgenes. Pág. 30. Fuente: Figura propia.

Figura 51. Cubierta impresa revista *Idílico*. Pág 31. Fuente: figura propia.

Figura 52. Interior revista *Idílico* impresa. Pág 31. Fuente: figura propia.

Figura 53. Interior revista *Idílico* impresa. Pág 31. Fuente: figura propia.

Figuras 54 y 55. Diseño de camiseta color rosa. Pág. 32. Fuente: Figura propia.

Figuras 56. Diseño de carteles. Pág. 32. Fuente: Figura propia.

Figuras 57, 58, 59 y 60. Diseño de camisetas y bolsas. Pág. 32 y 33. Fuente: Figura propia.

Figura 61. Diseño introducción artículo en página web. Pág. 34. Fuente: Figura propia.

Figuras 62, 63, 64, 65, 66 y 67. Diseño apartados página web. Pág. 33, 34 35. Fuente: Figura propia.

Figura 68. Diseño Instagram revista *Idílico*. Pág. 35. Fuente: Figura propia.

Figura 69. Diseño Facebook revista *Idílico*. Pág. 36. Fuente: Figura propia.

Figura 70. Interior revista *Idílico* / *Estilos@*/ pág.70, 71, 72 y 73. Pág. 37. Fuente: Figura propia.