



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultat de Belles Arts

PROJECTE DE DISSENY EDITORIAL CROMÀTIC

Treball Fi de Grau

Grau en Belles Arts

AUTOR/A: Tomás Torró, Ainhoa

Tutor/a: Espi Cerda, Emilio

CURS ACADÈMIC: 2021/2022

RESUMEN

El presente trabajo de final de grado está concebido como un estudio del diseño editorial aplicado a la conceptualización y materialización de una revista que envuelve cuestiones artísticas cuyo título es *Cromàtic*.

De carácter mensual, abarca temas referidos al diseño, la animación, el arte y la comunicación y por lo tanto está dirigido para un público interesado en estos ámbitos, con el fin de divulgarlos.

Los contenidos, se estructuran en diferentes secciones que contienen artículos, entrevistas y estudios donde se habla sobre las aplicaciones del diseño gráfico, los diferentes ámbitos y variantes que conforma así como su interacción con otros campos como son la animación y motion graphics. Este hecho sumado a que para su elaboración se ha elaborado un estudio sobre el ámbito editorial que invita a reflexionar sobre el papel del diseñador y su influencia en la sociedad.

Para su redacción se han escogido fuentes de información fiables y en algunos casos se ha procedido a una investigación y redacción propia. De igual modo se han elegido las ilustraciones que la forman, a partir de imágenes ya existentes o de proyectos originales, realizados por la autora.

Palabras clave: Diseño, animación, tipografía, motion graphics, actualidad, arte y comunicación.

RESUM

El present treball de final de grau està concebut com un estudi del disseny editorial aplicat a la conceptualització y materialització d'una revista que envolta qüestions artístiques el nom de la qual és *Cromàtic*.

De caràcter mensual, abarca temes referits al disseny, l'animació, l'art i la comunicació i per lo tant està dirigit a un públic interessat en aquests àmbits, amb la fi de divulgarlos.

Els continguts, s'estructuren en diferents seccions que contenen articles, entrevistes i estudis on es parla sobre las aplicacions del disseny gràfic, els diferents àmbits i variants que el conformen, així com la seua interacció

amb altres camps com són l'animació i motion graphics. Aquest fet sumat a que per a la seua elaboració s'ha elaborat un estudi sobre l'àmbit editorial que convida a reflexionar sobre el paper del dissenyador i la seua influència en la societat.

Per a la seua redacció s'han escollit fonts d'informació fiables i en alguns casos s'ha procedit a una investigació y redacció pròpia. D'igual manera s'han escollit les il·lustracions que la formen, a partir d'imàgens ja existents o de projectes originals, realitzats per l'autora.

Palabras clave: Disseny, animació, tipografia, motion graphics, actualitat, art i comunicació.

ABSTRACT

This Final Degree Project is conceived as a study of editorial design applied to the conceptualization and materialization of a magazine about animation whose title is *Cromàtic*.

On a monthly basis, it covers topics related to design, animation, art and communication and is therefore aimed at an audience interested in these areas, in order to disseminate them.

Regarding the contents, it is structured in different sections, that contain articles, interviews and studies where that talk about the applications of graphic design, the different fields and variants that it forms as well as its interaction with other fields such as animation and motion graphics. This fact added to the study that has been done about the editorial field which invites us to reflect on the role of the designer and his influence on the society.

Reliable sources of information have been chosen for its drafting and in some cases it has carried out its own research and writing. In the same way, the illustrations that form it have been chosen, from existing images or original projects, made by the author.

Keywords: Design, animation, typography, motion graphics, present, art and communication.

AGRAÏMENTS

M'agradaria donar les gràcies a totes les persones que m'han acompanyat durant el procés d'aquest projecte, i que d'una forma o altra també han fet possible que aquest s'haja pogut desenvolupar. En especial al meu tutor Emilio Espí per tots els seus consells, així com familiars, amics i persones pròximes que m'han apollat i aconsellat en tot moment, especialment a Manuel Mesas per creure sempre en mi.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	7
2. OBJECTIUS.....	8
3. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Metodologia i procés de treball.....	9
3.2. Cronograma.....	10
4. CONTEXTUALIZACIÓ.....	11
4.1. Marc teòric.....	11
4.1.1. Breu context del disseny editorial.....	11
4.1.2. Definició de disseny editorial.....	11
4.1.2. Diferents expressions del disseny editorial.....	12
4.1.3. Aspectes comuns al disseny editorial.....	13
4.1.4. Tipus de tipografies.....	15
4.1.5. La revista en el disseny.....	16
4.2. Anàlisi de referents.....	17
4.1.1. Referents editorials.....	17
4.1.2. Referents d'il·lustració.....	18
5. CROMÀTIC. PROJECTE EDITORIAL.....	19
5.1. Aspectes conceptuals de la revista.....	19
5.1.1. Concepte i contingut.....	19
5.1.2. Concepció del nom (Naming).....	19
5.1.3. Identitat visual.....	20
5.2. Aspectes formals de la revista.....	20
5.2.1. Maquetació de cobertes.....	20
5.2.1.1. Format i característiques tècniques.....	20
5.2.1.2. Portada i contraportada.....	22
5.2.1.3. Estructura de continuïtat: col·lecció de portades.....	23
5.2.1.4. Estructura de números especials.....	24
5.2.2. Maquetació d'interiors.....	25
5.2.2.1. Retícula.....	25
5.2.2.2. Tipografia en els interiors.....	26
5.2.2.3. Continguts i seccions de la revista.....	26
5.2.2.4. Il·lustracions i tractament de les imatges.....	28

6. ARTS FINALS.....	29
6.1. Impressió.....	29
6.2. Enquadernació.....	30
6.3. Difusió de la revista.....	32
6.4. Pressupostos. Costos de la revista.....	36
7. CONCLUSIONS.....	36
8. REFERENCES.....	37
9. ÍNDEX DE FIGURES.....	38

1. INTRODUCCIÓ.

En el present Treball de Fi de Grau es planteja un projecte editorial consistent en la concepció del disseny i posterior impressió de la revista *Cromàtic*, desenvolupant amb aquesta el seu estil i cada una de les parts que la conformen.

Per lo tant, es podria dir que un dels principals punts de partida d'aquest projecte es basa en la intenció de voler profunditzar en aspectes d'aquest camp apresos durant el grau en Belles Arts, pretenent així culminar tot aquest aprenentatge amb un projecte que els englobe tots ells, i que a més done ús com a inici cap al món professional.

Cromàtic, parteix com a una iniciativa de proposta d'informació sobre disseny i cultura visual. Mitjançant els seus articles, seccions, i entrevistes de diferents temes, tracta de donar una visió completa i actualitzada del panorama de l'art i disseny actual, per a tots aquells que en formen part i per als usuaris que encara no són participants d'aquest panorama. Podria constituir una revista de referència d'informació i cultura gràfica, així com una manera d'introduir-se poc a poc en el món de l'art i el disseny.

Durant el seu plantejament es considera entre altres coses, l'opció de la seua concepció com a una mitjà amb el qual fomentar i visibilitzar la llengua valenciana, donat que la gran majoria de publicacions d'aquest format al nostre territori es troben a castellà o anglés amb la creença d'arribar a un públic més ampli, per la qual cosa es pretén amb l'elaboració de *Cromàtic* normalitzar l'ús d'altres llengües com el valencià en projectes editorials.

Per altra banda, inmers en la problemàtica del canvi climàtic, *Cromàtic* es planteja com un projecte sostenible i responsable amb el medi ambient. Sent conscients de l'augment de les edicions digitals, en especial en el cas de les revistes que han crescut de forma exponencial al nostre ús diari de la tecnologia, es considera aquest fet com una gran ajuda per al nostre planeta ja que garanteix una reducció en la quantitat de paper entre altres. I és per això, que *Cromàtic* es planteja com una revista amb una impressió sostenible, elaborada amb papers reciclats i més respectuosos dins d'aquest àmbit, permetent garantir al lector de l'experiència sensorial que es té al llegir-la com a algo excepcional del format físic: el tacte, les transparències l'olor i els colors, aspectes que no estan presents a l'hora de llegir en qualsevol tipus de dispositiu electrònic.

En aquest prototip s'ha tingut en compte en tot moment la seua viabilitat, com si es tractés d'un projecte laboral real, per la qual cosa s'ha estudiat i portat a cap una recopilació de pressupostos per a tots aquells àmbits del seu procés d'elaboració, tant de disseny com d'impressió.

2. OBJECTIUS.

L'objectiu principal d'aquest treball és l'elaboració d'un projecte editorial materialitzat en el prototip d'una revista sobre disseny i cultura visual. El seu procés d'elaboració es constituirà de diverses fases, en les quals es posarà especial émfasi en en l'empleament d'instruments, tècniques i demés mitjans adquirits durant l'estudi del grau en Belles Arts.

Durant les diferents etapes del projecte s'han anat implementant els següents objectius:

Objectius principals:

- Disseny d'una proposta impactant i congruent mitjançant l'utilització de recursos i estils que permeten concebir la totalitat de la revista com un conjunt coherent.
- Creació de l'identitat visual del projecte amb l'elecció del naming, el disseny de capçalera, estils, maquetació, etc.
- Definició dels aspectes formals de la revista (tipografies, format)
- Definició dels aspectes conceptuals de la revista (temes, monogràfics).
- Anàlisi i búsqueda de referents i de l'evolució del disseny editorial en la revista.
- Búsqueda de contingut atractiu, que tracte temes d'interés per al públic al que va dirigir la revista.
- Elaboració de continguts (il·lustracions, articles, fotografies).
- Estructuració de les seccions de la revista de forma coherent.
- Aconseguir un disseny funcional que ajude a la llegibilitat, mitjançant l'ús d'una retícula establerta, tot i així sense deixar d'experimentar en ocasions amb canvis de retícula per a formar un disseny més versàtil.
- Planificar la gestió del temps com a un projecte a llarg plaç, amb l'ajuda d'un cronograma amb el que establir les diferents fases que el conformarien en el temps.
- Assumpció del rol de direcció artística, integrant tots els elements que formen el projecte de forma coherent.

Objectius específics:

- Generació de contingut propi: articles, il·lustracions, etc.
- Presa de decisions en la impressió i elecció de materials (pressupost, packaging), apostant sempre per un disseny ecològic respectuós amb el medi ambient.
- Desenvolupar futures portades amb les que mostrar l'adaptació de la capçalera creada i relació amb diferents composicions.
- Adaptar la gràfica de la revista als formats web per a promocionar-la.
- Aconseguir que l'identitat visual s'integre correctament en les promocions comercials elaborades sense deixar de perdre l'essència de la revista.
- Realització d'una memòria teòrica correcta i adequada amb el projecte pràctic presentat.

3. METODOLOGIA.

3.1. METODOLOGIA I PROCÉS DE TREBALL.

Per a un projecte d'aquestes dimensions era essencial dur a cap una metodologia de treball adequada per al seu correcte desenvolupament amb el qual es poguessin establir-se els objectius plantejats. Sent així, en aquest cas s'ha pres com a referència la metodologia projectual explicada en el llibre *Com naixen els objectes?*, de l'autor Bruno Munari (2004). Aquest dissenyador ens proposa un mètode per a facilitar i sistematitzar la resolució de problemes.

“El mètode projectual per a el dissenyador no és algo absolut i definitiu; és algo modificable si s'entenen altres valors objectius que milloren el procés. I aquest fet depèn de la creativitat del projectista que, al aplicar el mètode, pot descobrir algo per a millorar-lo. En conseqüència, les regles del mètode no bloquegen la personalitat del projectista si no, que, al contrari, les estimulen a descobrir algo que, eventualment, pot resultar útil també a la resta” (p. 19).



Fig. 01
Esquema mètode projectual
Bruno Munari

La metodologia nombrada es divideix així en diferents epígrafs:

-Comença amb el **plantejament del problema**, que és en aquest cas el desenvolupament de la revista.

-En un següent pas es **defineix el problema**, amb la qual cosa s'aconsegueix precisar un poc més en el concepte del projecte. És en aquest punt on s'hi deuen explorar totes les condicions i limitacions del projecte. Sent així, es porta a cap un *briefing*, en el que s'hi dissectionen les diferents parts, com l'idea global, el tema, per a qui va dirigit, com s'hi va a realitzar, materials...

-Arribat aquest punt s'aïllen els **components del problema**, les parts que el conformen com les portades, maquetació, elecció de continguts, il·lustracions, fotografies...

-D'aquesta manera es du a cap una **recopilació de dades** que permeten posar en context les diferents parts del treball com és la documentació envoltant la part teòrica del projecte, amb la que obtindrem una visió més concreta per a realitzar la part pràctica o la búsqueda de referents estilístics que puguin ser aplicables al mateix.

-Després es porta a cap el seu posterior **anàlisi** amb el que poder aplicar les nostres conclusions.

-En aquest punt arriba el moment de la **creativitat**, amb tota la documentació recopilada el següent pas consisteix en conformar possibles variables per cada problema o qüestió plantejada com seria per exemple idear un nom llamatiu, i potente que estiga relacionat amb el tema global de la revista i la seua posterior adequació a diferents formats i situacions.

-Una vegada realitzada aquesta part s'analitzen **els materials** amb els que es conformarà la revista. És en aquest punt on es pren de gran importància que el prototip imprès siga sostenible, optant per provar amb diferents opcions de

papers reciclats així com textures i diferents resultats visuals dins d'aquest àmbit.

-Sent així és important dur a cap un període **d'experimentació** amb diferents maquetes que continguin proves de textos col·locats amb les imatges fins proves del prototip decidint las variables més adequades para a cada cas.

-Encaixant totes aquestes propostes s'alcança així la fase del **model**, consistent en la realització del que es podria considerar una mostra definitiva, arribant per tant a una impressió i enquadernació del resultat definitiu.

-Finalment ens trobem front a una última fase de **verificació** o comprovació en la que es revisa que tots els elements que formen part del projecte estiguen correctament organitzats i amb això es determina la solució del problema materialitzat en el prototip imprés de la revista *Cromàtic*.

3.2. CRONOGRAMA.

Per a la realització d'aquesta publicació, s'ha estructurat un cronograma que permeteix una planificació del treball com si d'un projecte laboral real es tractara. Així, aquest consta d'una organització amb diferents fases desenvolupades durant tot el procés de treball. Distingim per tant tres etapes estructurades durant els mesos d'elaboració:

SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE
Documentació Búsqueda de temàtica	Búsqueda de referents Búsqueda d'articles Estructurar marc teòric	Búsqueda d'articles Estructurar marc teòric
DESEMBRE	GENER	FEBRER
Disseny identitat visual Disseny naming Búsqueda d'articles	Disseny identitat visual Selecció d'imatges Experimentació d'estils	Estructurar marc teòric Experimentació d'estils Provés d'impressió
MARÇ	ABRIL	MAIG
Redacció memòria Maquetació interiors Cobertes continuïtat	Redacció memòria Maquetació interiors Cobertes discontinuïtat	Correcció arts finals Difusió revista Redacció memòria
JUNY		
Arts finals Detallar memòria Preparar presentació.		

Fase analítica. Introducció al projecte.

Fase formal i conceptual de la revista.

Fase teòrica.

4. CONTEXTUALITZACIÓ: MARC TEÒRIC

4.1. DISSENY EDITORIAL.

Aquest projecte està directament relacionat amb el disseny gràfic i, de forma específica, amb el disseny editorial per la qual cosa a l'hora de contextualitzar-lo en el àmbit teòric del que procedeix sorgeixen qüestions a tractar com “Què és el disseny editorial?” “Des de quan existeix?” “Quines altres publicacions inclou a més del llibre?”

4.1.1. Breu context del disseny editorial.

Es podria dir que aquesta disciplina és gairebé tan vella com l'homo sapiens mateix. Des que s'ha valgut de les pedres per expressar-se, es pot dir que existeix el disseny editorial. Quan les pedres es feien servir com a segells per imprimir sobre l'argila s'estava dissenyant. Les primeres tauletes d'argila amb signes cuneïformes eren una peça gràfica. I són aquestes mateixes tauletes del segle IV aC. les que van ser el germen del disseny editorial que després es desenvoluparia amb el paper i el pergamí. Més tard arribarien els còdexs i els llibres impresos mitjançant xilografia i, finalment els impresos amb tipus mòbils i la impremta de Gutenberg. Així, es pot dir que del disseny de llibres renaixentistes i del treball artesanal dels copistes es va passar a composicions més funcionals i modernes i al desenvolupament de sistemes de retícules.

Al llarg de tots aquests segles, el disseny editorial ha anat mutant amb l'evolució de l'ésser humà i les noves tecnologies. Per tant, considerem que aquest és un àmbit que reflecteix la cultura i la societat de l'època en què es produeix.

Avui, el disseny editorial no només comprèn els mitjans impresos, sinó també els formats digitals. Nombrosos diaris i revistes es publiquen en línia i necessiten un disseny específic per arribar al públic. El desenvolupament de publicacions per a tauletes va en augment, igual que les aplicacions mòbils per a diferents llibres, i totes aquestes peces utilitzen el disseny editorial.

4.1.2. Definició de disseny editorial.

Una vegada entrat en context es deu definir què és el disseny editorial i en que consisteix, així com les diferents variants que el divideixen.

Al llibre *Disseny editorial. Diaris i revistes / Mitjans impresos i digitals*, de Cath Caldwell i Yolanda Zappaterra (Gustavo Gili, 2014) trobem dues definicions bastant específiques sobre aquesta especialitat.

En primer lloc, per a Martín Venezky, director d'art de *Speak Magazine* “El disseny editorial és el marc a través del qual una història donada es llegeix i s'interpreta. Consisteix tant a l'arquitectura global de la publicació (...) com al tractament específic de la història (...)”.

Mentre que Vince Frost, exdirector d'art de la revista *Zembla*, cenneix la definició a les revistes: “El disseny editorial és el disseny de publicacions



Fig. 02
Tableta d'argila amb signes cuneïformes

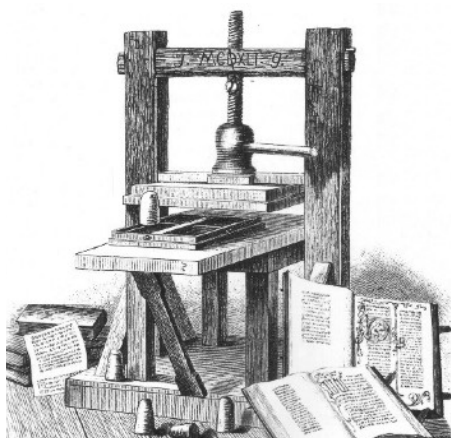


Fig. 03
Imprenta de Gutenberg

periòdiques: revistes impreses que surten a la venda més d'una vegada i que, en general, tenen una aparença i transmeten unes sensacions característiques i úniques.”

Per altra banda, Andrew Haslam, a Creació, disseny i producció de llibres (Blume, 2007), afirma que “El disseny és una barreja de decisions racionals i conscients que es poden analitzar i altres subconscients menys fàcils de definir, ja que sorgeixen de l'experiència i la creativitat de cada dissenyador”.



Fig. 04
Impressions actuals al disseny editorial

Altres definicions exposen que “el disseny editorial tracta de comunicar les idees mitjançant maquetació dels elements, potenciant el missatge. El desenvolupament del llenguatge i l'escriptura als seus orígens primitius va néixer de la necessitat de comunicar idees i transmetre informació” (Meggs, 2000, p.4).

Per la qual cosa, en base a les definicions i experiències donades podem donar una descripció aproximada i dir que el disseny editorial és un àmbit que forma part del disseny gràfic, és a dir, una branca d'aquesta professió creativa. De forma concreta, aquest s'encarrega de la producció i la diagramació de qualsevol tipus de peça literària. Poden ser llibres, revistes, manuals, diaris, fanzines, fulls informatius, entre d'altres. A més, normalment aquest tipus de peces o documents estan compostos per una sèrie de pàgines que a la seua vegada disposen de dissenys de composició i tipografies que són realitzats de manera més regular que en un altre tipus de dissenys.

En conclusió, trobar una definició adequada, completa i satisfactòria per a tots de disseny editorial és un tant difícil. Depèn del professional a qui se li pregunta i quina siga la seua àrea de desenvolupament dins del disseny editorial concret.

4.1.3. Diferents expressions del disseny editorial.

Generalment, les revistes, els diaris i els llibres estan considerades com les publicacions estelars del disseny editorial. No obstant això, hi ha altres publicacions que també requereixen d'aquesta disciplina. Publicacions com els catàlegs de productes o els informes anuals de les empreses també necessiten el disseny per arribar a un públic objectiu. “Qualsevol publicació que busque comunicar una idea o explicar una història mitjançant l'organització i la presentació de paraules i elements gràfics necessitarà el disseny editorial.” (Meggs, 2000, p.4)

Si el llibre és una novel·la, el tractament del text per guanyar llegibilitat serà de vital importància. Si la publicació és una enciclopèdia la implicació entre textos i elements gràfics serà fonamental per a una comprensió adequada.

Derek Birdsall, autor de *Notes on Book Design* (Yale University Press, 2004) defineix l'ofici del dissenyador editorial com aquell que fa “la col·locació decent de les lletres i la disposició intel·ligent del text i les imatges basades en un rigorós estudi del contingut”. Per la qual cosa, des del seu punt de vista, qualsevol peça que requereix el maneig de textos i altres elements quedaria englobada a l'àrea del disseny editorial.



Fig. 05
Formats digitals al disseny editorial

4.1.4. Aspectes comuns del disseny editorial.

Un tipus de publicació té aspectes comuns amb un altre tipus de publicació. Els llibres, els diaris, les revistes, els informes, els catàlegs, les tesis, etc., comparteixen aspectes comuns, intrínsecs al disseny editorial, més enllà del tipus de peça que sigui. Ells són:

- El format
- La retícula
- La tipografia
- El color
- Els elements gràfics



Fig. 06
Cartes de colors per a les impressions

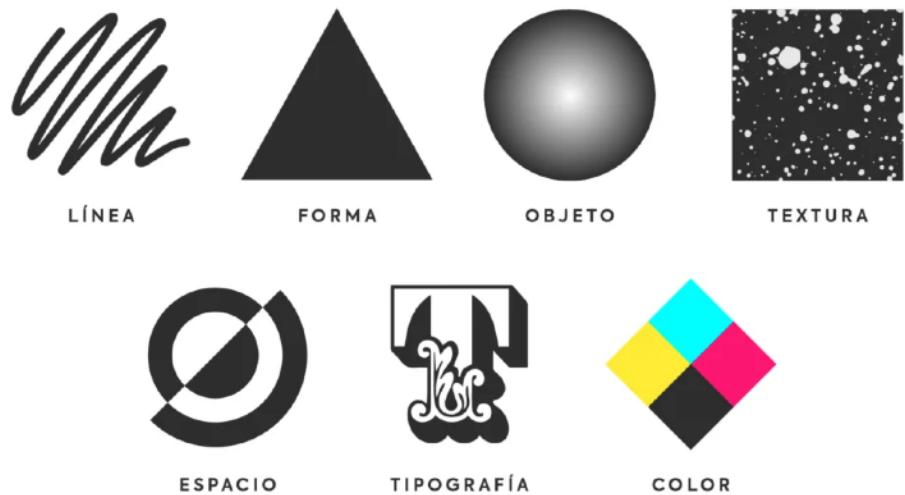


Fig. 07
Elements del disseny gràfic

El format

Amb aquest concepte es refereix a la manifestació física de la publicació, i avui també als diferents tipus de fitxers digitals.

Si es tracta de publicacions impreses, cal evaluar quin és el format més adequat per a una revista o per a un llibre. Per exemple, rarament trobarem una novel·la impresa apaïxada i en tamany A4; tampoc un informe d'empresa en mida butxaca. Si parlem de formats digitals caldrà avaluar si un PDF és més accessible per a un determinat públic que una publicació feta com a apps o en HTML.

La retícula

Totes les publicacions han de tenir una organització interna que els doni coherència. Encara que imperceptible i gairebé invisible, la retícula subjau estructurant el contingut i conformant la caixa tipogràfica del llibre.

La retícula és la base per a la diagramació, i ordena i equilibra la composició de les pàgines. La retícula ubica i conté tots els elements dins de les pàgines. Fins i tot la revista més transgressora té una retícula sobre la qual s'assenten els seus textos i imatges. Així, les retícules més elaborades són les dels llibres complexos, les revistes i els diaris. Per contra, la retícula d'una novel·la és més senzilla que un llibre de text o tècnic.

La tipografia

És l'estrella de qualsevol mena de publicació i de les peces gràfiques. Gràcies a ella les idees reben una forma visual mitjançant les fonts o fonts tipogràfiques. La tipografia troba la seva màxima expressió al text, en els caràcters dels paràgrafs. També es poden fer composicions artístiques, sobretot a les cobertes dels llibres i les portades de les revistes.

La selecció de les fonts o la família de fonts per a una publicació està determinada pel públic al qual s'adreça. Però també pel missatge que es vol expressar i el format del llibre, a més de la tradició tipogràfica.

El color

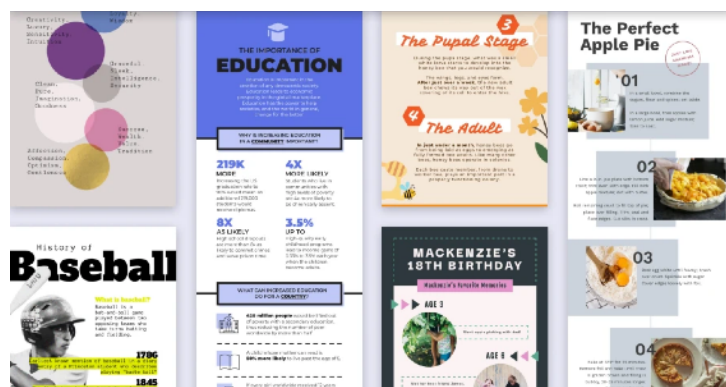
El color “aporta varietat, provoca sensacions i afegeix dimensió espacial”, diu David Dabner a Disseny, maquetació i composició (Blume, 2008).

Els colors determinen en gran part com percebem una publicació i el missatge. Hi ha colors que es perceben com a freds i altres com a calents; també alguns semblen allunyar-se'n i d'altres apropar-se. Així, el color és un factor clau en el disseny de revistes, diaris, catàlegs, peces digitals i llibres complexos. Adquireix una gran rellevància en llibres pràctics, de referència, enciclopèdies, catàlegs, etc. En el cas de novel·les i antologies, i alguns assaigs i biografies, la seva presència es redueix a les cobertes.

Els elements gràfics

Encara que la gran majoria de la bibliografia fa referència a les imatges, hi ha molts altres elements a més. Els dissenyadors també han de treballar amb taules, gràfiques, figures, icones, mapes, dibuixos, infografies, cronologies, il·lustracions i organigrames. Tots aquests elements reben diferents aplicacions tipogràfiques i cromàtiques, a més a més d'un tractament especial del contingut.

Fig. 08
Exemples d'infografies



Per exemple, les infografies són un poderós recurs gràfic. S'utilitzen cada cop més per mostrar al lector de manera senzilla un succés o un procés; tant en un diari com a les enciclopèdies i llibres de text.

I una cronologia amb els fets més destacats d'un personatge pot ser de gran ajuda si es vol simplificar una biografia o es compta amb un espai reduït per narrar les gestes d'un personatge.



Fig. 09
Tipografies serif i sans serif



Fig. 10
Diferents tipus de tipografies

4.1.5. Tipus de tipografies.

Sense aprofundir gaire dins de cada categoria de tipografies, el cert és que podem classificar les fonts tipogràfiques per la seva morfologia en 4 grans grups:

- Amb serifa (romanes)
- Sense serifa (pal sec)
- Cursives (manuscrites)
- Decoratives (exposició)

Tipografies amb serifa (romanes)

Les tipografies amb serifa són aquelles que compten amb remats o terminals, que són aquests petits adornos ubicats als extrems dels traços dels caràcters. Les tipografies Serif solen ser concebudes com a serioses i tradicionals. Tenen un aire acadèmic o institucional. Són tipografies idònies per a paràgrafs o textos llargs, ja que els petits terminals o serifes contribueixen que es creï una línia imaginària sota el text que facilita molt la lectura al nostre ull. Alguns exemples de fonts tipogràfiques Serif són: Times New Roman, Garamond o Book Antigua.

Tipografies sense serifa (de pal sec)

Les tipografies sense serifa o de pal sec (sans serif) es caracteritzen per l'absència de remats i terminals. Es dissenyen sense serifes. Els seus traços amb prou feines presenten contrastos. Les tipografies Sans Serif solen associar-se amb la tipografia comercial, ja que ofereixen un resultat molt bo per a la impressió de titulars o poc text, en cartells i publicitat. Aquest estil de font evoca modernitat, seguretat, neutralitat i minimalisme.

Encara que aquest tipus de font tipogràfica no compta amb la línia invisible que aconsegueixen les tipografies Serif per als textos llargs, és molt utilitzada també per a textos en pantalla i textos en mides petites. Gràcies precisament a l'absència de terminals i remats, aquesta tipografia pot resultar més llegible en textos de mida petita que la seva germana gran. Alguns exemples de tipografies Sans Serif són: Futura, Helvètica, Arial, Gotham o Avenir.

Tipografies manuscrites (cursives)

Les tipografies manuscrites també es denominen com a cursives o script. Són tipografies que representen o imiten la cal·ligrafia a mà, per la qual cosa de vegades també se'ls pot anomenar tipografies cal·ligràfiques.

Generalment aquest tipus de tipografies tenen una tendència itàlica o cursiva clar. Les lletres es lliguen entre si i trobem corbes més pronunciades que a les tipografies amb serifa o de pal sec. Com que es lliguen amb la cal·ligrafia, compten amb una personalitat una mica més humana i propera. Algunes tipografies cursives podrien ser Beckham Script o Parisienne.

Tipografies decoratives (exposició)

També se'ls denomina com a tipografies display. Estan considerades com a tipografies divertides, més desenfadades, però poden transmetre una gran varietat de sensacions. Tenen un caràcter i una personalitat molt fort. Des del



Fig. 11
Primers exemplars de disseny editorial a Alemanya



Fig. 12
Primers exemplars de disseny editorial a França

punt de vista de la psicologia tipogràfica són transgressores i contribueixen a cridar més l'atenció. No obstant això, la llegibilitat que es pot obtenir amb aquest tipus de fonts és una mica més pobre.

Dins d'aquest conjunt de decoratives entrarien tipografies les característiques de les quals no s'ajusten als tres conjunts anteriors. Solen crear-se per a fins específics on la llegibilitat no es té gaire en compte. Com per exemple al branding de producte al sector de l'alimentació. Són molt expressives i solen comptar amb atributs més temàtics. Això sí, definitivament no són tipografies idònies per a paràgrafs de text ja que poden arribar a transmetre manca de cura o desinterès en el disseny.

4.1.5. La revista en el disseny.

D'aquesta manera, centrant-nos de forma més concreta en aquest format podem dir que actualment, la indústria de les revistes es troba en un període de transició, expansió i obertura a noves oportunitats, encara que per entendre l'actualitat en què es troben les revistes d'avui dia, ens hem de remuntar a la seua història per entendre com va començar tot.

Com va néixer la revista? Es pensa que la revista va néixer cap a finals del segle XIX però realment, uns segles més enrere ja podem ubicar publicacions periòdiques que no fossin només informatives, sinó en forma de compendis que s'originen amb la finalitat d'entretenir un tipus de lector en particular.

En aquesta època, fer una revista prenia molt de temps i els principals temes d'interès no s'allunyaven gaire dels ja existents als diaris: clima, comunicacions, població i altres temes informatius, juntament amb la prosa literària i alguns poemes de breu extensió. Es pot dir així que el principal aspecte que diferenciava la revista del diari, era la manera com es dirigia i cap a quin públic s'enfocava.

La revista moderna té les seves arrels en pamflets, chapbooks i pòsters els quals van començar a aparèixer amb més freqüència i van ser dissenyats responenent a un interès en particular. Seguint en aquesta línia, entre els anys 1663 a 1668, va ser publicada la revista alemanya *Erbauliche* (Figura 11) que es considera la primera revista del món, malgrat que s'assemblés més a un llibre amb articles de teologia que a una revista en si, va ser la precursora perquè revistes d'aquesta mateixa espècie comencessin a aparèixer a França (Figura 12), Anglaterra i Itàlia.

La publicació de revistes es va anar consolidant com a activitat altament rendible i per a principis del segle XIX una audiència ja havia estat identificada per tant nous tipus de revistes van començar a circular a causa de l'interès mostrat per aquest nou públic. La revista es va beneficiar definitivament amb l'avanç de la tecnologia: van començar a utilitzar il·lustracions xilogràfiques i gravats, la incorporació d'un nou paper més barat, la invenció de la premsa rotativa i sobretot l'addició de les propagandes com a suport financer van afavorir aquesta indústria en creixement. Fins a arribar a la revista actual, podem veure que l'avanç tecnològic continua sent un gran factor des de la producció fins a la distribució.

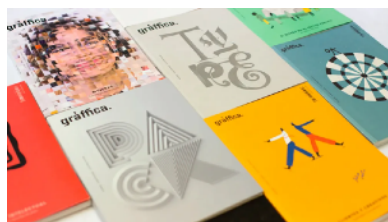


Fig. 13
Exempler de la revista *Gràffica*



Fig. 14
Portada de la revista *Emé*



Fig. 15
Exempler de la revista *Elephant*

Inicialment, els temes de les revistes eren escassos per al que estem actualment, que no sortien de la comoditat de presentar temes informatius i xafarderies. No obstant, es coneixen diferents tipus de revista, els quals podem classificar en aquests grups:

– **Informatives:** la seva finalitat és comunicar o divulgar certa informació. Les diferenciem del diari pel seu temps de producció.

– **D'oci:** aquestes són utilitzades com a mitjà d'entreteniment. Es considera que les primeres revistes publicades tenien com a finalitat entretenir els seus lectors, encara que aquestes a més tinguessin contingut informatiu.

– **De divulgació científica:** la seva finalitat és comunicar sobre els avanços, investigacions i descobriments en matèria de la ciència.

– **Especialitzades:** aquestes revistes es caracteritzen per tractar un tema o matèria en particular. Generalment es pot dir que estan orientades a un públic especialitzat en aquestes disciplines, és a dir, que no són massives.

4.2. ANÀLISI DE REFERENTS.

Com ja hem dit, amb el plantejament de qualsevol projecte, sorgeix la necessitat de realitzar una prèvia investigació sobre el temàtica en qüestió que va a tractar-se, el qual ens permet per una part situar-nos en el context teòric que l'envolta, com és en aquest cas l'àmbit del disseny editorial, així com d'adquirir un major coneixement d'allò ja existent dins d'aquest propi àmbit. D'aquesta manera, la búsqueda de referents s'estableix necessària com a font d'inspiració a l'hora de desenvolupar una investigació. En aquest apartat es farà menció a tots aquells que han acompanyat el procés d'elaboració d'aquest projecte, d'on s'han obtinguts, en alguns casos, textos i articles emprats en *Cromàtic*. Aquests al seu torn es troben dividits en dos seccions: referents editorials amb publicacions i autors referents en relació a l'àmbit, així com alguns il·lustradors que han sigut referencials a l'hora de desenvolupar l'estil del projecte.

4.2.1. Referents editorials.

GRÀFFICA.

Aquesta es defineix com una revista de disseny i cultura visual, la qual aborda de forma monogràfica a cada número els diferents aspectes que envolten la professió del disseny, posant el foc cada vegada en un aspecte diferent. Es tracta per tant d'un format en què es donen veu als professionals més representatius a nivell mundial que tenen alguna cosa a dir per a cada tema. Es pot dir que es una revista trimestral que va començar les seues publicacions l'any 2015, comptant tant amb una versió impresa com publicacions en línia. Alguns aspectes a destacar serien el disseny que adquireixen per a les seues portades, caracteritzat per ser senzill però potent, moltes vegades encarregats a experts del propi àmbit tractat en el número corresponent. Per altra banda es defineix com una revista amb un estil molt net i cuidat en el qual destaca la

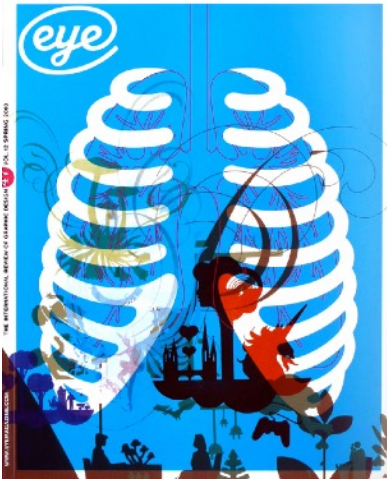


Fig. 16
Portada de nº per a la revista *Eye*



Fig. 17
Fotocollage de l'artista Mary De lirios



Fig. 18
Fotocollage de l'artista Gabriel Russo

qualitat de paper que fa servir així com la seua varietat, incloent moltes vegades diversos tipus per a la mateixa publicació.

EME MAGAZINE.

De caràcter recent, es defineix com una revista de publicació anual i bilingüe centrada en continguts en l'àmbit de la il·lustració, l'art i el disseny, l'objectiu dels quals es iniciar una reflexió sobre aquestes disciplines, la seua relació amb la societat, evolució històrica o innovacions així com els seus vincles amb altres disciplines artístiques. EME magazine destaca pel seu "disseny protesta" des del principi fins al final. Pel que fa la maquetació dels seus números, es podria dir que destaca per la gran varietat de dissenys i tècniques a les seues portades així, totes elles amb la característica comuna de captar l'atenció a un primer cop de vista. A més és destacable el format amb el que es realitzen tots els seus prototips, sent una mica inferior de l'estàndard per a garantir comoditat a l'hora de la lectura.

ELEPHANT MAGAZINE.

Es tracta d'una revista londinense de publicació trimestral, que parla sobre art contemporani i cultura visual en l'actualitat. Entrant en aspectes tècnics, aquesta desataca per l'ús de la imatge de forma sutil y elegant, sobreeixint sobre tot a les seues impactants fotografies de portada. Pel que fa a la seua maquetació, és recalable el seu ús amb la tipografia, amb la disposició del titular en posició vertical, i als interiors desataca sovint variant els seus tamanys, i grans espais en blanc amb un gran número de jocs visuals. El resultat es pot dir que és un disseny dinàmic i molt seductor. Es tracta d'una publicació en la que cada mínim element està cuidat al detall.

EYE.

És la revista per a dissenyadors i estudiants d'arreu del món, una publicació trimestral de gran col·lecció i de lectura obligada per a qualsevol persona immersa en el disseny gràfic i la comunicació visual. Dissenyada i impresa d'una forma molt cuidada, la revista està plena d'escriptura crítica i imatges atractives, que inclou tipografia, fotografia, il·lustració, història, nous mitjans i cultura visual, la qual cosa la converteix en una font estimulant d'informació, inspiració i anàlisi. Realitzant tirades desde 1990, ha tingut desde els seus inicis un gran valor en el disseny tant característic que imprimeixen a la seua portada. Per a la seua nº 94 decidiren realitzar 8000 dissenys diferents de portades per a aquest número, fent servir formes geomètriques superposades amb colors roig, groc, verd, rosa i cian.

4.2.2. Referents d'il·lustració.

MARY DE LIRIOS.

Es tracta d'una artista de foto collage la qual a partir de les seues composicions digitals ens mostra un univers surrealista, amb imatges elegants i subversives. Les darreres obres de Mary De Lirios ens transporten a platges paradisíques i estius de somni, fusionant així



Fig. 19
Proves de naming per a la revista
CROMÀTIC

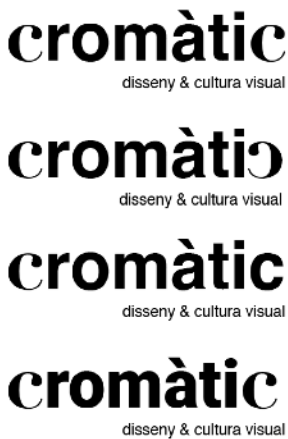


Fig. 20
Proves de naming per a la revista
CROMÀTIC

fotografies de persones, amb colors pastís o formes abstractes simples. Tot i això també té obres molt més reivindicatives en les que tracta temes d'actualitat.

GABRIEL RUSSO.

És un artista visual multidisciplinar català el qual des del 2006 porta experimentant i creant des de diferents parts del món i amb tot tipus de formats. Als seus collages trobem una tècnica depurada en jocs de superposicions precises entre animals, motius vegetals i personatges vintage que es barregen per crear noves formes on la geometria i els colors, plans i brillants, omplen cada peça.

5. CROMÀTIC, PROJECTE EDITORIAL.

5.1. ASPECTES CONCEPTUALS DE LA REVISTA.

5.1.1. Concepte i contingut.

CROMÀTIC es tracta d'una revista mensual enfocada principalment a un públic amb gusts artístics, ficant-hi especial énfasi a aquells interessats en el món del disseny, però en general també a qualsevol persona que mostre curiositat en l'art i cultura visual de l'actualitat. Es podria definir per tant com una revista que permet als seus lectors estar actualitzats en el panorama artístic que ens evolta i les seues últimes novetats.

D'aquesta manera es pot dir que *Cromàtic* està dividit en diverses seccions: reportatges breus sobre tendències en el món del disseny, entrevistes realitzades a dissenyadors i artistes que perteneixen a aquest sector, un apartat sobre grafisme amb notícies que tracten tipografia i cromàtica, així com un apartat monogràfic que varia en funció del número, en aquest cas dedicat al disseny al cinema.

La revista publica exemplars de forma mensual i cada cert determinat temps, un número especial que varia en els continguts i l'estètica que sol presentar de forma continuada la revista amb la resta de números.

5.1.2. Concepció del nom: Naming.

Es podria dir que la primera part d'aquest projecte, amb la que es va iniciar el seu disseny, fou el procés d'elecció del seu nom, el naming. Aquest junt amb la capçalera constitueixen un dels aspectes fonamentals en una revista, ja que tenen la funció de comunicar en que consisteix la pròpia publicació. Així, el nom que s'empren ha d'estar format per una paraula amb sonoritat, llegible i que resulte atractiva per a ser fàcilment recordada. Sent així, es va fer un estudi en el que s'analitzaren totes aquestes variables, decantant finalment pel terme que millor s'adaptava a totes elles i s'adaptava a donar lloc a la composició més acertada per al format.

cromàtic

disseny & cultura visual

Fig. 21
Capçalera de la revista CROMÀTIC

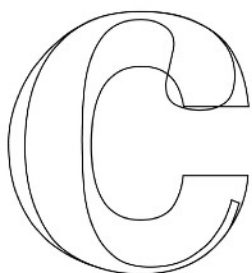


Fig. 22
Logotip de la revista CROMÀTIC



Fig. 23
Formació del logotip de la revista CROMÀTIC

Per la seua part, la paraula *cromàtic* consta de diverses semàntiques, entre elles "color". Segons el diccionari de la llengua valenciana la definició de cromàtic (adj. masc.) fa referència a "allò perteneixent, alusiu o concernent als colors". Aquesta paraula prové del grec χρωματικός (khromatikos = relativo a la χρώμα) i de χρώμα (khroma) que significava "color de pell", el terme que actualment fem servir com a "tez". D'ahi el terme va passar a significar color o pigment. És per això que actualment aquest terme s'empra per a l'àmbit artístic amb relativitat als colors, i es així que emprant-lo com a nom del projecte es pretén remetre a un aspecte propi del disseny, tractant de fer una al·lusió a la temàtica que tracta la revista amb la lectura del títol. Tot allò sumat amb l'objectiu de amb aquest fomentar la llengüa amb la que s'ha elaborat el projecte, escollint un terme que siga representatiu i clarifique l'idioma amb el que s'ha desenvolupat.

5.1.3. Identitat visual.

L'identitat visual és una part essencial en les estratègies de comunicació d'una marca, serveix per a diferenciar-se d'altres, i per la qual cosa aquesta deu ser única i diferenciadora, ja que constitueix una part de la labor publicitària, a més d'otorgar-li una cohesió total, entre cada un dels elements que componen la pròpia marca. És per això que l'identitat visual representa la imatge de la empresa, els seus valors, essència i els seus servicis. L'identitat visual es difon a través de la web, targetes de presentació, papeleria, carteleria, o *banners* entre altres.

Es pot dir així que, la capçalera és l'element principal per a una publicació. És allò que fa atractiva una revista, ja que la defineix i li aporta personalitat desde la portada. En aquest cas s'ha optat per realitzar una capçalera que siga identificable, disposada en posició horitzontal per a tenir una llegibilitat clara i que concorde amb l'estil modern i actual que es pretén donar al prototip. En el conjunt dins d'aquesta s'ha inclòs a més de el nom del projecte un lema que expressa el seu contingut, com és "disseny & cultura visual". A més, mantenint la mateixa proposta s'ha adaptat una variació d'aquesta de menor tamany amb les inicials que, es podria constituir com el logotip, pensada per a ser utilitzada en formats més reduïts en els que es dificulta la col·locació sencera de la capçalera, com és per exemple el lloc de la revista.

5.2. ASPECTES FORMALS DE LA REVISTA.

5.2.1. Maquetació de portada.

5.2.1.1. Format i característiques tècniques.

El format d'una revista és part del disseny d'aquesta. D'aquesta forma, és important que l'elecció del format siga l'adequat per a la publicació que es realitze. Normalment els tamany més utilitzats per a revistes solen tenir un tamany DIN A4 aproximadament.

La mesura de la revista CROMÀTIC és 20x26 cm, un format rectangular, usual en revistes i una mica inferior al DIN A4 (21x29,7cm), per a afavorir la seua comoditat.

A continuació es mostra la fitxa tècnica que s'ha elaborat de la revista CROMÀTIC:

- Naming*: Cromàtic
- Temàtica: Art, disseny, cultura visual i actualitat.
- Medides: 200 x 260 mil·límetres
- Impressió: CMYK
- Paper coberta: Mate de 300 grams
- Paper interior: Mate de 120 grams
- Enquadernació: Rústica encolada
- Tipografia capçalera: *Didot Bold, Helvetica Bold i Helvetica Light*
- Tipografia titulars i seccions: *Helvetica Bold i Helvetica Regular*
- Preu de la revista: 8€

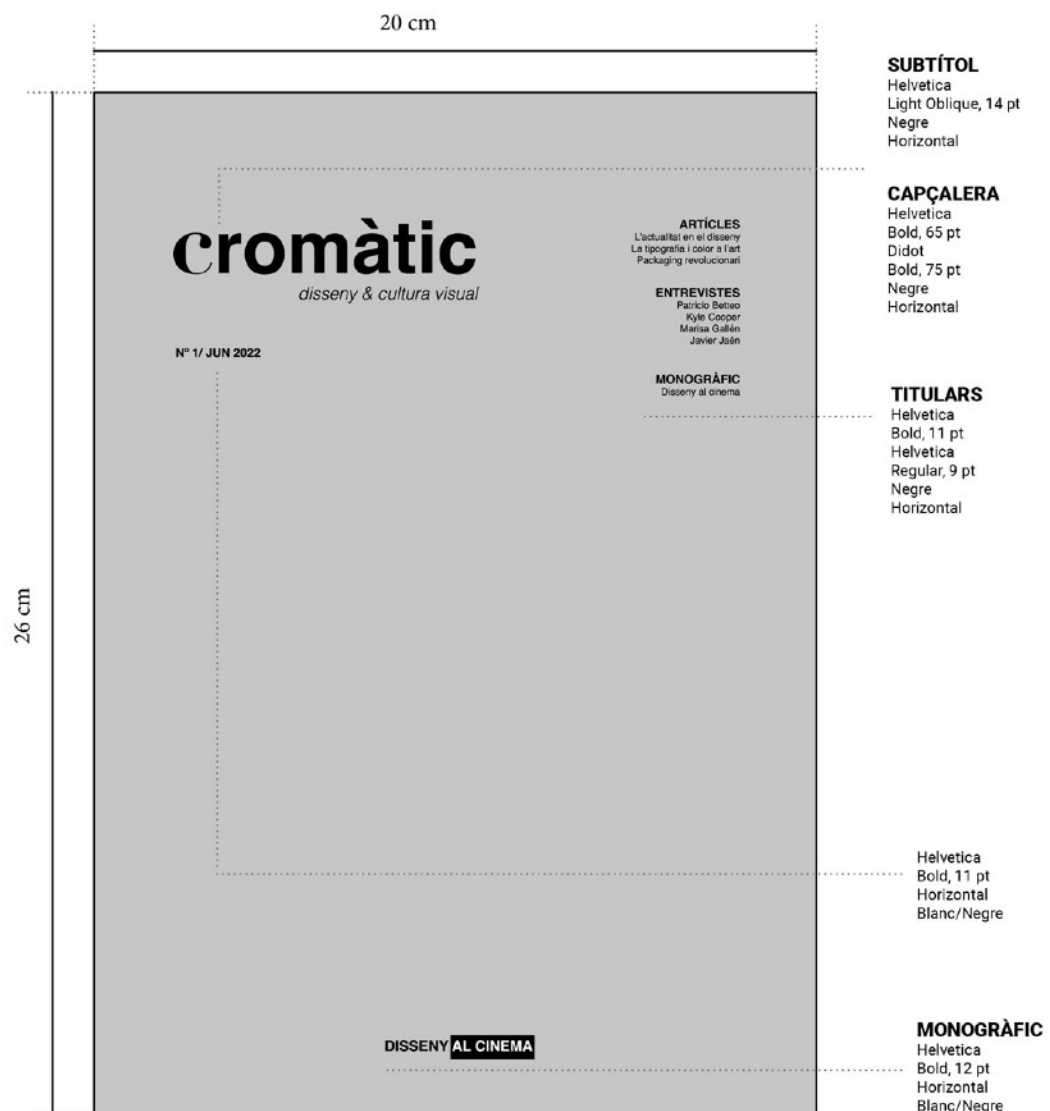


Fig. 24
Estructura de la portada del primer número de la revista *Cromàtic*



Fig. 25
Portada i contraportada del primer número de la revista *Cromàtic*

5.2.1.2. Portada i contraportada

La coberta o portada del d'una revista fa referència a les tapes que recobreixen la publicació, per la qual cosa de forma normal la coberta sol estar impresa en un altre tipus de paper que las pàgines interiors i és un element que es dissenya a part de l'interior de la revista, establint en ella una relació d'estil amb la resta de contingut de la publicació.

Al mateix temps, la tipografia representa un paper essencial dins d'una publicació. Aquesta consta de tanta importància com las fotografies o il·lustracions que la conformen i es per tant que no fer un ús correcte d'ella pot fer que s'arribe a transmetre un missatge erroni.

“La tipografia és un dels elements fonamentals del disseny editorial, no sols en el seu aspecte formal i funcional de otorgar llegibilitat, també en un aspecte

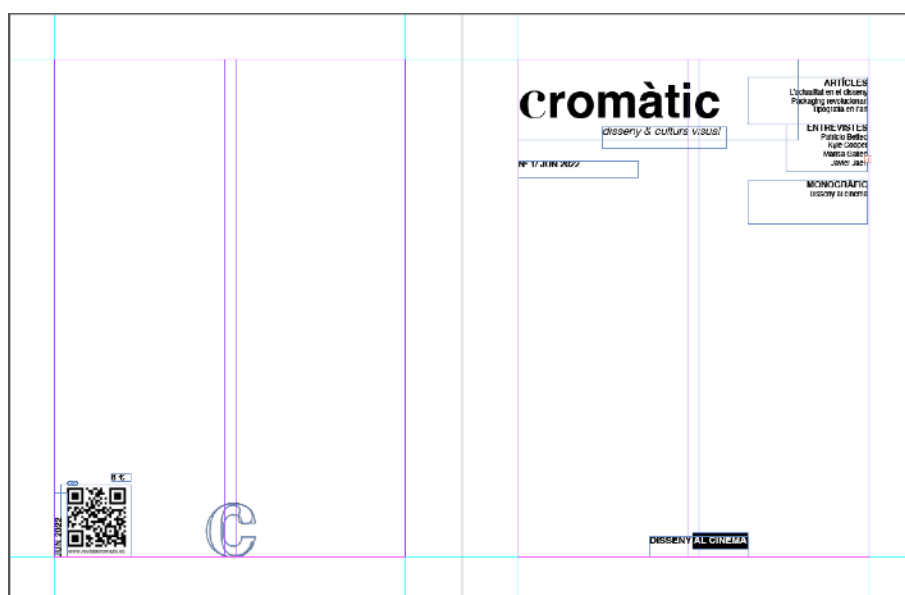


Fig. 26
Estructura de coberta per al primer número de la revista *Cromàtic*

més creatiu o expressiu. Un factor essencial es connèixer bé las connotacions que pot tenir una tipografia, per a no proporcionar un missatge contradictori o no destitjat” (Jardí, 2007, p.10).

En base a aquests fets, es pot afirmar per tant que la tipografia és l’element encarregat de jerarquitzar el text i fer-lo atractiu visualment. Al seu torn, porta a cap aquesta feina a partir de l’ajustament del seu tamany, pes, color, cos o interlineat entre altres a les condicions adequades.

Si fem una vista per les publicacions actuals, las tipografies de pal sec són les més utilitzades i aquestes ens proporcionen llegibilitat, senzillesa i modernitat. Principalment es fan servir per a titulars, en comparació amb tipografies amb serifa, els remats de les quals ofereixen una lectura més agradable situades en blocs de text més extensos.

No obstant, a pesar que las tipografies amb serifa, estan considerades més clàssiques, són las que s’associen habitualment a las revistes, per la qual cosa en la revista CROMÀTIC s’ha volgut crear una capçalera i un logotip inmers en la combinació entre ambdós estils, per a aportar aquesta imatge més transgressora acompanyada de l’element clàssic. Sent així, s’han empleat tant tipografies de pal sec, en aquest cas l’*Helvetica Bold*, com tipografies amb serifa, amb la *Didot Bold* per a la realització de la capçalera. Ambdues han sigut adaptades al tamany corresponent per a la capçalera tenint en compte les dimensions de la revista, amb 65 i 75 pt respectivament mentre que per a la resta d’informació com són els noms dels titulars, el monogràfic i número de revista s’ha fet servir solament l’*Helvetica Bold* a 11 i 12 pt.

5.2.1.3. Estructura de continuïtat.



Fig. 27
Conjunt de portades de continuïtat
elaborades per a la revista

La portada és una part fonamental a l'hora de crear una revista, ja que és la primera impressió que transmet una publicació al seus lectors. Són importants així tots los elements que la componen: capçalera llegible i atractiva, monogràfic descriptiu de l'interior, fotografia cridanera i uns titulars que ens inciten a voler veure el contingut de la publicació. Per tant, amb motiu de crear una estructura de portada que sigués funcional, s'han elaborat una serie de propostes, inmerses d'uns d'un mateix estil i representatives de la temàtica del prototip. A més, mitjaçant l'anàlisi d'aquestes portades s'ha pogut provar i adequar el disseny de la capçalera a les diferents composicions, i al visionar-les totes elles juntes generar una imatge global de la pròpia revista, amb la qual cosa es pot observar la connexió que hi ha entre totes elles i l'identitat formada.

Sent així, en aquest apartat s'analitzarà l'estructura de continuïtat que presenta la revista *Cromàtic* com a projecte de prototip real. Es pot observar que a totes elles, s'ha establert per tant un esquema de l'aspecte que es pretén que tinguin i que ens permet realitzar xicotetes variacions en cada un dels seus números, mantenint a la vegada en totes elles un mateix patró. De forma més específica, es pot descriure que l'estil establert amb aquest conjunt es forma mitjançant el conjunt d'una serie de fotografies i il·lustracions que remetent als temes tractats en el seu contingut, formant una composició de fotomontatge amb coherència. A més, com a fil conductor s'ha elaborat una paleta cromàtica utilitzada en a totes les portades amb tons que s'adapten a l'identitat visual buscada, acompanyats al seu torn d'un estil de textures i fotografies comuns.

5.2.1.4. Estructura de números especials.

A l'hora de realitzar una publicació completa i dissenyar les portades mensuals d'una revista, és també necessari plantejar propostes de números especials o de discontinuïtat. Per a aquests, l'esquema establert es planteja diferent encara que el format continue sent el mateix. En el cas de la revista *Cromàtic* s'ha



Fig. 28
Disseny de portada per a nº especial elaborat per a la revista *Cromàtic*.



Fig. 29
Valors del document de
maquetació de la revista

decidit elaborar la proposta d'un disseny de número especial al qual la tècnica emprada per a les seues portades es forma exclusivament d'il·lustracions adaptades a la totalitat de tamany del format, en les quals s'ha emprat una paleta cromàtica i estil propis per a cada una particularment, sense mantenir una necessària relació i semblança amb la resta. A més s'ha adaptat la capçalera d'una forma especial en cada una amb l'objectiu de reafirmar aquesta qualitat de discontinuïtat, sense deixar de formar part del mateix projecte.

5.2.2. Maquetació d'interiors.

5.2.2.1. Retícula

Per a aconseguir una maquetació efectiva dels interiors del prototip s'ha fet servir una retícula base (Figura 30) amb la que estructurar els elements que la formen. A l'hora de definir el concepte entorn a la retícula apareixen opinions de contraposades, tal i com exposa Samara (2004):

Per a alguns dissenyadors gràfics s'ha convertit en una part inquestionable del procés de treball que proporciona precisió, ordre i claritat.

Per a altres en canvi simbolitza la opressió estètica de la "vieja guardia", una gàbia sofocant que dificulta la búsqueda d'expressivitat (p. 9).

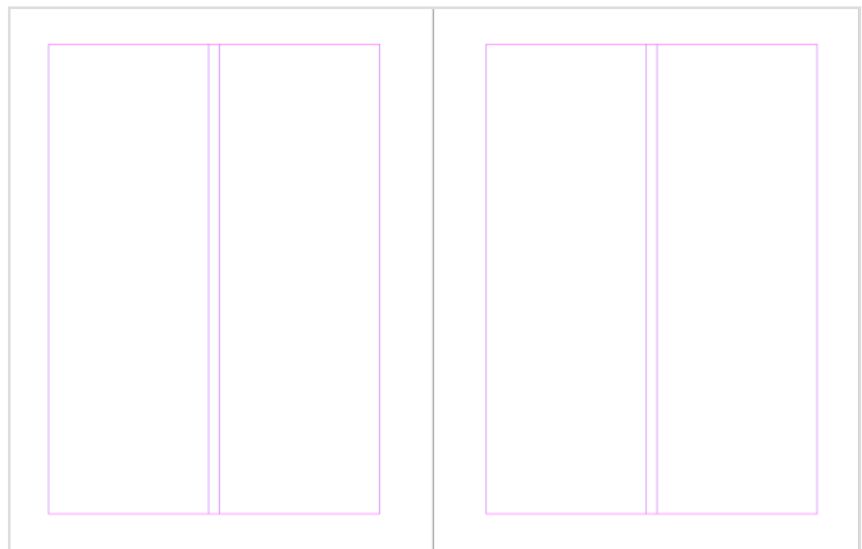


Fig. 30
Estructura de la retícula
d'interiors de la revista

En el cas de la revista, la retícula es tractada com un element d'ordre a seguir per a la distribució dels seus continguts. No obstant, en determinats moments s'ha optat per eixir de la seua estructura per a otorgar un cert dinamisme a la composició i no caure en l'aparença dels blocs de textos que la formen com a peces monotones i carents d'atractiu. Sent així, la retícula s'estableix com la subdivisió estructurada en una pàgina tenint en compte paràmetres en cohesió com són els marges, les columnes i l'espai existent entre els elements de la composició i el propi format del document. Es pot dir que normalment l'ús de la retícula es porta a cap quan ens trovem davant de formats amb l'existència

d'un gran número de pàgines. Així, la bona llegibilitat és un factor clau a tenir en compte en la construcció de la retícula, per la qual cosa en el moment de la col·locació del text a les columnes, es interessant tenir en compte el teorema de Fasset, com menciona Yolanda Zapaterra en el llibre *Disseny editorial*. En aquest es formula que les línies de text han de contenir de 45 a 60 caràcters.

Sent així per a la revista *Cromàtic* s'ha configurat una retícula composta per dos columnes per cada pàgina, separades a la seua vegada per un medianil de 0,5 cm, deixant així uns marges superior e inferior de 2 cm, un marge interior de 2,5 cm i el exterior de 2 cm.

5.2.2.2. Tipografia en els interiors

Una vegada elaborada una maqueta a seguir per a l'ordenació d'elements, el següent pas consistia en l'elecció de la tipografia que anava a formar part dels interiors de la revista.

Com ja s'ha mencionat anteriorment, la tipografia constitueix un element de gran importància per al conjunt de la composició per la qual cosa era vital que amb aquesta es conseguira transmetre el estil corresponent al projecte, complint al seu torn amb els paràmetres de llegibilitat. Sent així s'optà per una tipografia corporativa de pal sec com és la *Montserrat* per als titulars dels textos, adaptant-se al seu torn a diferents condicions segons la secció, per a aconseguir transmetre una sensació d'unitat i distinció entre elles segons la temàtica. Així mentre que per a les entrevistes s'ha fet servir en majúscules, de major tamany i més breus en altres com a disseny + actualitat s'ha donat un estil més informal amb la mateixa tipografia en minúscula i un tamany menor. Per altra banda per al cos del text dels articles s'ha utilitzat una tipografia amb serifa donat que aquestes aporten major llegibilitat al context. La Newsreader, al igual que l'anterior consta d'una àmplia família tipogràfica amb la qual tenir un gran marge de combinació que aportar per a cada situació, incloent combinacions entre elles. Com és el cas, per a cites o textos de major importància s'ha fet servir la versió bold amb l'objectiu d'aconseguir destacar el missatge, mentre que per als peus de pàgina o la numeració d'aquestes l'opció light era la més adequada, passant també per la versió regular a un tamany 11 per al cos del text.



Fig. 31
Tipografia dels titulars d'interiors de la revista.



Fig. 32
Tipografia del cos de text d'interiors de la revista.



Fig. 33 - Fig. 34
Pàgines interiors de seccions de la revista

5.2.2.3. Contingut i seccions de la revista.

Pel que fa als continguts que s'han fet servir per a compondre la revista, aquests han sigut estructurats en diferents seccions segons la seua temàtica concreta, resultant així; *Disseny i actualitat*, *Grafisme*, *Entrevistes*, i el apartat monogràfic que en aquest cas es planteja sobre *Disseny al cinema*, elaborant per a totes elles una doble pàgina amb il·lustracions d'un estil i paleta de colors conjunta per a presentar cada una d'elles i donar peu al seu començament. Per a poder realitzar aquesta estructuració el primer pas fou iniciar la búsqueda de continguts que resultaren atractius i poguessin dotar de un caràcter i personalitat propi a la publicació. Una vegada realitzat este pas, tenint en compte aquests continguts i la extensió de la mateixa plantejada com una publicació mensual se l'ha definit amb un cost de 8 euros. Així es pot dir que els textos que conformen aquest número han sigut en alguns casos d'elaboració pròpia mentre que d'altres s'han extret de diferents webs com Domestika, revistes com Gràffica, Visual i Experimenta o alguns periòdics com ABC i El País, entre altres. Al mateix temps tots aquests textos son acompanyats d'elements de gran importància visual com puguen ser les il·lustracions o las imatges que apareixen en la revista, les quals a la seua vegada han sigut seleccionades majoritàriament de la pàgina web on es localitzava l'article o event o artista al qual es Fera menció al text, garantint així que aquestes tinguessin uns mínims de qualitat en resolució necessaris per a poder ser utilitzades.

Seguidament, es detalla de forma més específica les diferents seccions de la revista:

1. Disseny + actualitat: En aquest apartat s'han seleccionat diferents articles i textos amb notícies recents sobre el món artístic i del disseny en el nostre context amb l'objectiu de mantindre informats als lectors sobre les últimes tendències a més de donar l'oportunitat d'adquirir nous coneixements d'aquest mateix camp. Sent d'aquesta manera es parla sobre el nou rebranding de la filmoteca espanyola realitzat per l'agència madrilenya de disseny KNOM, així com de l'existència de packagings al mercat que creen tendència per la seua funcionalitat i originalitat estètica, com també finalment del paper de l'animació en el món audiovisual actual.

2. Grafisme: Ja que CROMÀTIC es presenta com una revista de disseny i cultura visual es va decidir dedicar un apartat per a aspectes propis d'interés en aquest camp com puguen ser la tipografia o el color.

Sent així s'han inclòs alguns articles que parlen sobre la importància de la tipografia al món del disseny, així com de l'atracció existent cap al color vermell en molts àmbits de la nostra vida diària o algunes curiositats com estudis realitzats amb tipografies que t'ajuden a memoritzar allò que estudies.

3. Entrevistes: En aquest apartat es pretén seleccionar diferents entrevistes realitzades a alguns professionals del disseny, amb l'objectiu de mostrar nous projectes, conèixer alguns processos creatius, i donar visibilitat a autors tant a nivell internacional com de comunitat. Al igual que en la resta de seccions, s'ha pretés que els articles que formen aquest apartat tinguessin una estètica en comú, optant per fotografies amb gran tamany com a l'element principal i un mateix estil Per als titulars. En aquest número en concret, s'han inclòs les entrevistes a Patricio Betteo, Kyle Cooper, Marisa Gallén i Javier Jaén.

Fig. 35
Pàgines interiors de seccions
de la revista



4. Monogràfic, disseny al cinema. Mitjançant aquest monogràfic es pretén mostrar la relació del disseny amb el món del cinema, explorant diferents variants en les que estan en contacte.

En aquest número, apareixen textos extensos que tracten sobre el paper dels títols de crèdit al cinema amb l'importància de la tipografia per a crear un estil visual en relació amb el contingut audiovisual, així com el paper de les paletes de colors a les pel·lícules a l'hora de configurar una escena. Aquests elements junt amb un article sobre la mirada fotogràfica del director Stanley Kubrick a les seues pel·lícules, aportant una visió desde l'àmbit artístic única.

5.2.2.4. Il·lustracions i tractament de les imatges.

Tal i com s'ha comentat breument abans, les imatges són un dels components visuals més importants d'una pàgina i la seua relació amb el contingut que està il·lustrant és essencial per a aconseguir formar una bona composició. Per aquest fet és fonamental crear un diàleg interessant entre aquestes imatges i el text que al seu torn estan il·lustrant. Aquestes imatges emprades poden ser tant fotografies com il·lustracions, depenent de l'estil concret que s'haja vullgut donar a l'article o la publicació.

En el cas de les primeres, aquestes poden modificar-se amb diverses tècniques de manipulació d'imatges com puga ser canviant el format, tallant-les, deformant-les o alterant els colors que la formen.

Per altra part, amb les il·lustracions moltes vegades es permet un tipus d'associació més expressiva i abstracta, ja que sovint amb aquestes es pot expressar millor un sentiment o concepte front a una fotografia.

En ambdós casos, les imatges han sigut elegides segons el segu contingut. Per la qual cosa, en base a la secció en la que ens trovem s'hauran adaptat per a tenir un estil concret en conjunt i diferenciar-se de la resta. En el cas de les entrevistes s'han fet servir fotografies de major tamany ocupant pàgines senceres o dobles pàgines quan ha sigut possible mentre que en altres apartats com al de grafisme s'ha fet servir un major nombre d'il·lustracions per a concordar amb la temàtica.

A més, a l'hora d'escollir les imatges hi ha que tindre en compte que aquestes es facen servir han de tenir una bona resolució per a ser utilitzades (300 píxels), per la qual cosa aquelles imatges que s'obtinguen d'internet amb una qualitat inferior (72 píxels), deuen ser editades i modificar-se per a tenir la qualitat òptima i que no s'observen pixelades, ja que açò ocasionaria que perderen

força i per tant també el conjunt en el que s'encontra, obtenint un resultat menys professional i interessant. *Una imatge a 72 píxels, no val més que mil paraules.*

Per tant, en aquest procés s'han d'utilitzar aquelles que siguin millors i descartar aquelles que no tinguin una qualitat suficient, optant per realitzar la búsqueda a bancs d'imatges amb altes resolucions o a les pròpies pàgines dels autors o events als que es fa menció.

6. ARTS FINALS.

6.1. IMPRESSIÓ.

Fig. 36
Impressió de la revista
Cromàtic



L'última etapa del procés consisteix en portar la revista a la impremta, ja que el projecte no estarà finalitzat hasta que no tinguem el prototip del projecte imprès. Dins d'aquest procés entren en joc aspectes com la selecció de papers i materials, la enquadernació, les textures i acabats... Tots ells defineixen el resultat final de la revista i són de ser part de les decisions que pren el dissenyador per a aquesta fase del projecte.

D'aquesta forma, tots aquests factors són clau en determinar que la revista tinga un estil i aparença o un altre, ja que l'aposta per format físic es basa en voler donar al lector una experiència sensorial amb el tacte i acabat del paper que no es poden presentar amb la lectura d'una pantalla, per la qual cosa es dona un gran interès en aquest punt, donat el context de societat digitalitzada en la que vivim. Es per això que abans de tenir els resultats finals s'han elaborat una serie de proves amb les que determinar les possibilitats que ofereix cada opció, així com per poder comprovar la relació de tamanyes entre tipografies e imatges.

Així la impressió es divideix en dos parts, distingint les pàgines interiors per una i la coberta per altra. En ambdues s'ha optat per opcions sostenibles i respectuoses amb el medi ambient, ja que s'han fet servir papers reciclats. Les pàgines interiors estan impreses per tant en un paper d'acabat mate blanc amb 120 gr. de grossor, otorgant a la revista una sensació d'aire amb aquest blanc i l'acabat mate contribueix a que las imatges no continguin brillantors

innecesaries ni artificials, que alteren el seu resultat i aportant a la revista un acabat més natural. Mentre que en el cas de la coberta, s’ha escollit un paper de gramatge major amb 300gr. per a aportar major consistència al prototip.

6.2. ENQUADERNACIÓ.

Pel que fa a l’enquadrernació, aquesta també constitueix una part essencial per a l’acabat de la revista, on s’han estudiat les diferents possibilitats existents ja que una bona enquadrernació contribueix a donar una bona primera impressió del projecte. Així, els diferents tipus de enquadrernació que existeixen van determinades de l’aspecte que es vullga donar i de característiques com el tamany del llom del prototip. Per a catàlegs o revistes de menor tamany es fa servir usualment l’enquadrernació amb grapes, òptima per a prototips amb un llom inferior a 5mm. Per a aquesta metodologia en particular es fa servir una grapadora de palanca, amb la qual cosa es permet aportar al projecte un aspecte més flexible. No obstant, l’acabat final que es genera és molt diferent al que s’obté amb altres formes d’enquadrernació en les quals el llom és més gran.



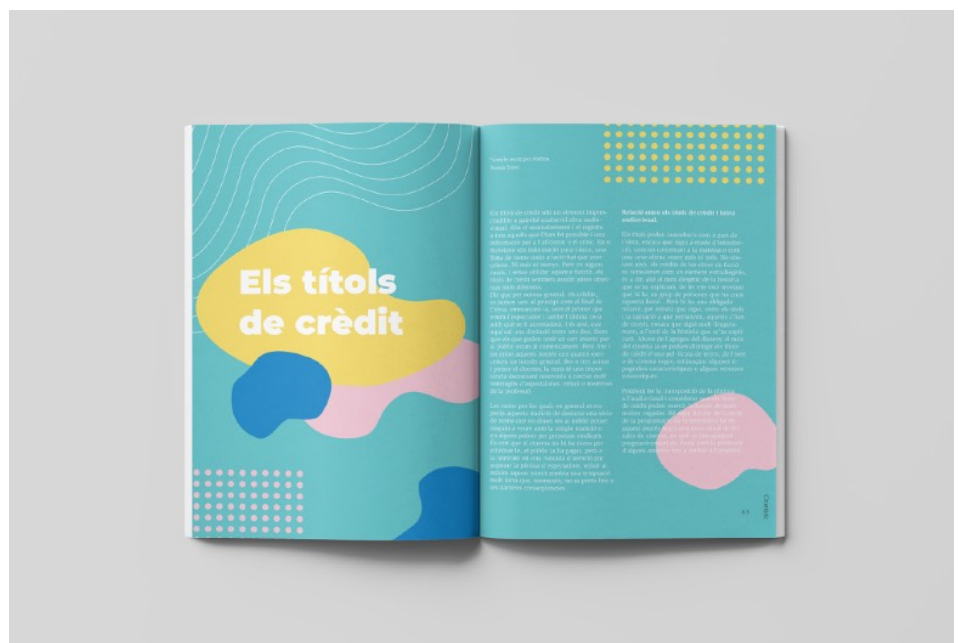


Fig. 37 - Fig. 41
Resultat imprès de pàgines interiors de la revista

Així quan el grossor del format es superior a 5 mm es va servir la enquadernació rústica, en les quals podem distingir:

-L'enquadernació **RÚSTICA ENCOLADA O FRESADA**: la qual consisteix en encolar les pàgines que formen la revista. Aquesta es considera una opció econòmica i ràpida encara que presenta una resistència menor.

-L'enquadernació **RÚSTICA COSIDA**: consistent en cosir els plecs. Aquesta es el tipus d'enquadernació que proporciona major qualitat front a les anteriors, sent també el seu cost més elevat.

Per tant en aquest cas per al prototip de la revista *Cromàtic* s'ha fet servir una enquadernació rústica encolada, donades les seues característiques, el tamany del lloc que presenta i pressupost, resultant la opció més òptima.

6.3. DIFUSIÓ DE LA REVISTA.

Una part imprescindible que forma part de la creació d'aquest projecte, són les estratègies de promoció que s'elaboren per a fer difusió dels seus productes, i poder fer que arribe a un major nombre de gent a través d'aquesta publicitat.

Per aquest motiu, s'han elaborat una serie de dissenys per a productes de merchandising i promoció de la revista *Cromàtic*, entre els quals podem trobar una sèrie de tote bags amb dissenys d'il·lustracions de l'estil pertanyent a l'identitat visual del mateix, així com un conjunt de flyers amb les mateixes característiques pensats per a ser repartits en punts on s'hi puga trobar gent interessada al contingut de la revista.

Al mateix temps s'ha elaborat un prototip de pàgina web de la revista amb la plataforma *Webnode*, on estarien a la venta tots aquests productes disponibles junt amb els números de la revista existents, amb l'objectiu de tots ells siguen accessibles per als lectors interessats en la seua compra. A més a la pàgina web és possible trobar tota la informació sobre la revista i les dades de contacte per a resoldre qualsevol qüestió relacionada amb la venta dels productes, de forma totalment senzilla i accessible.

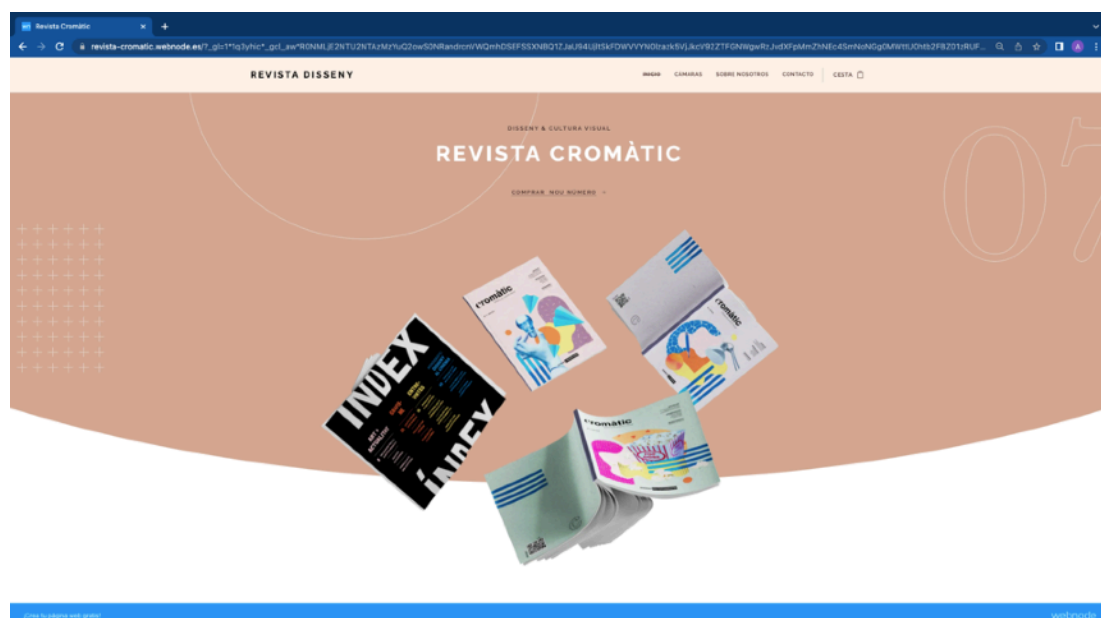


Fig. 42
Pàgina web per a
promocionar la revista



Fig. 43 - Fig. 44
Merchandising realitzat per a la difusió de la revista



Fig. 45
Flyers realitzats per a la difusió de la revista

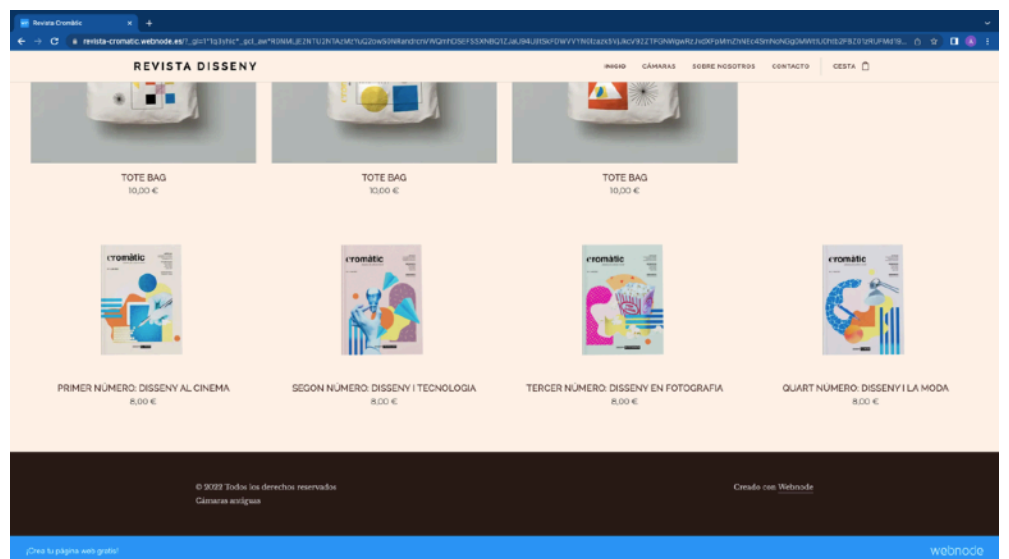
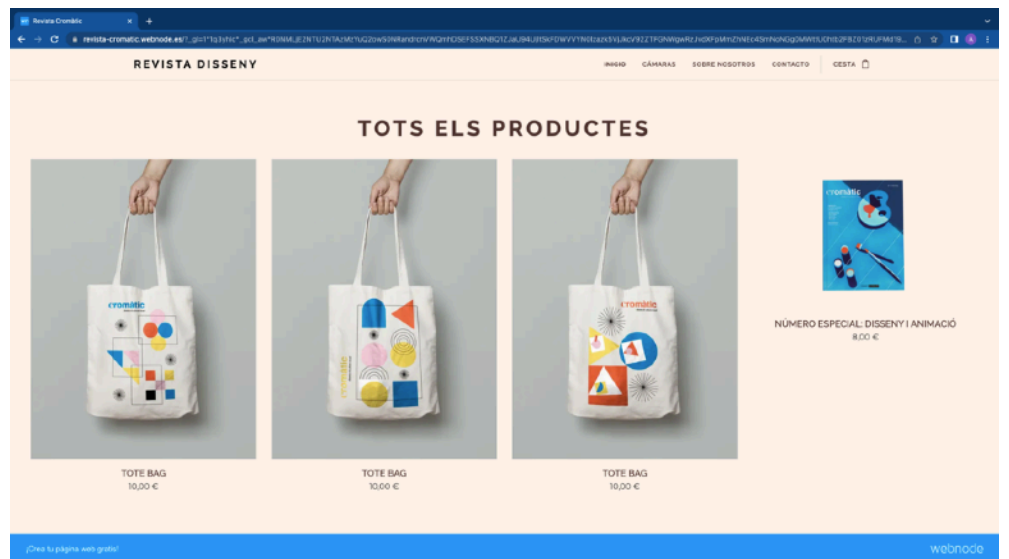
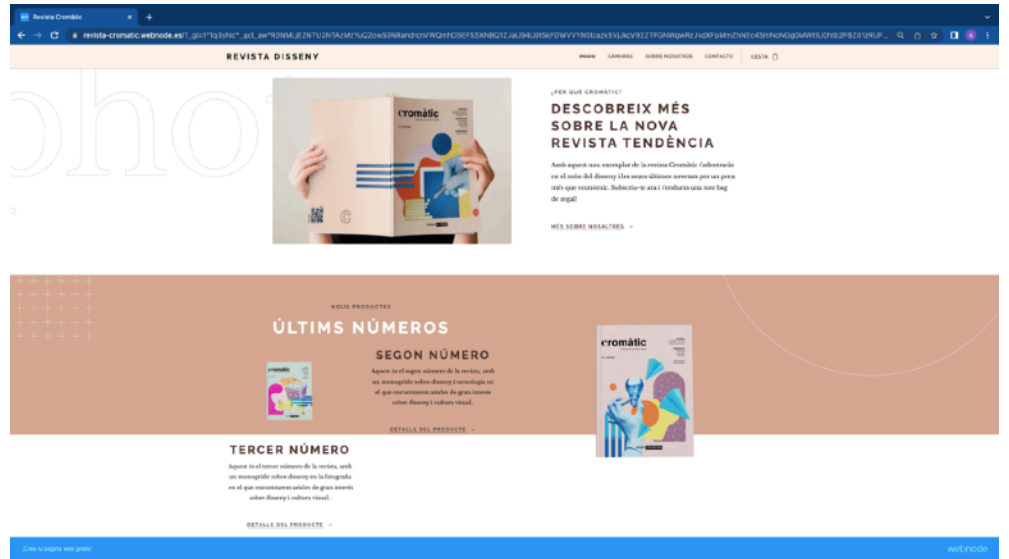


Fig. 46 - Fig. 48
Pàgina web per a
promocionar la revista

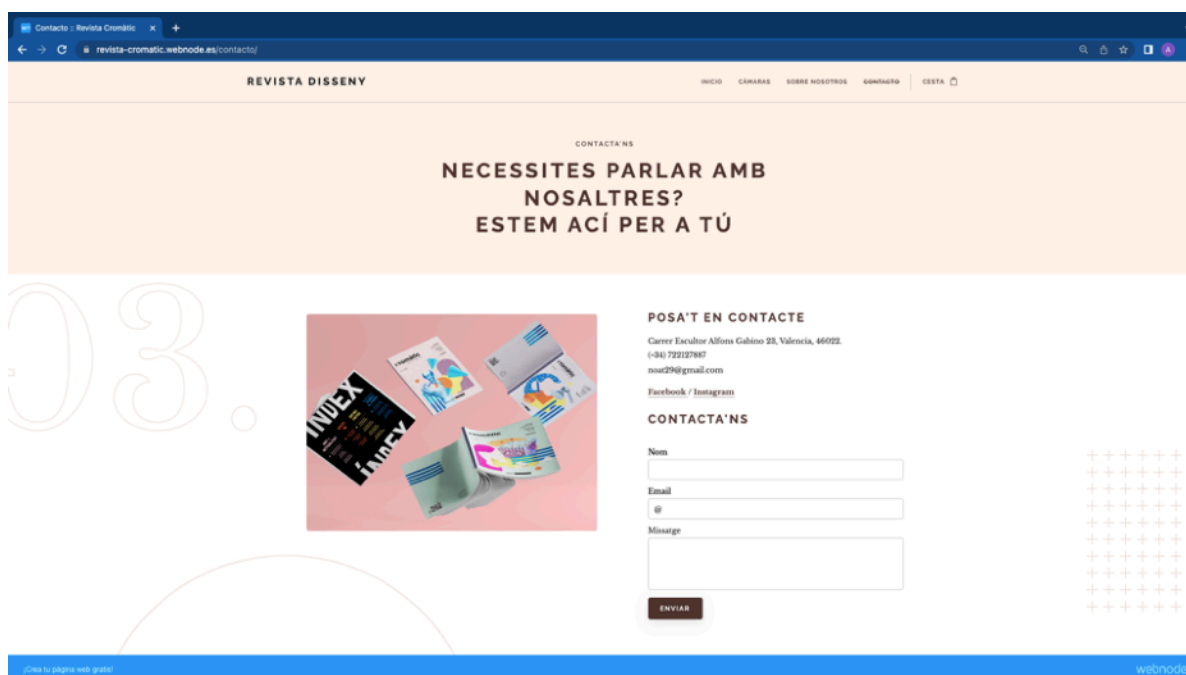
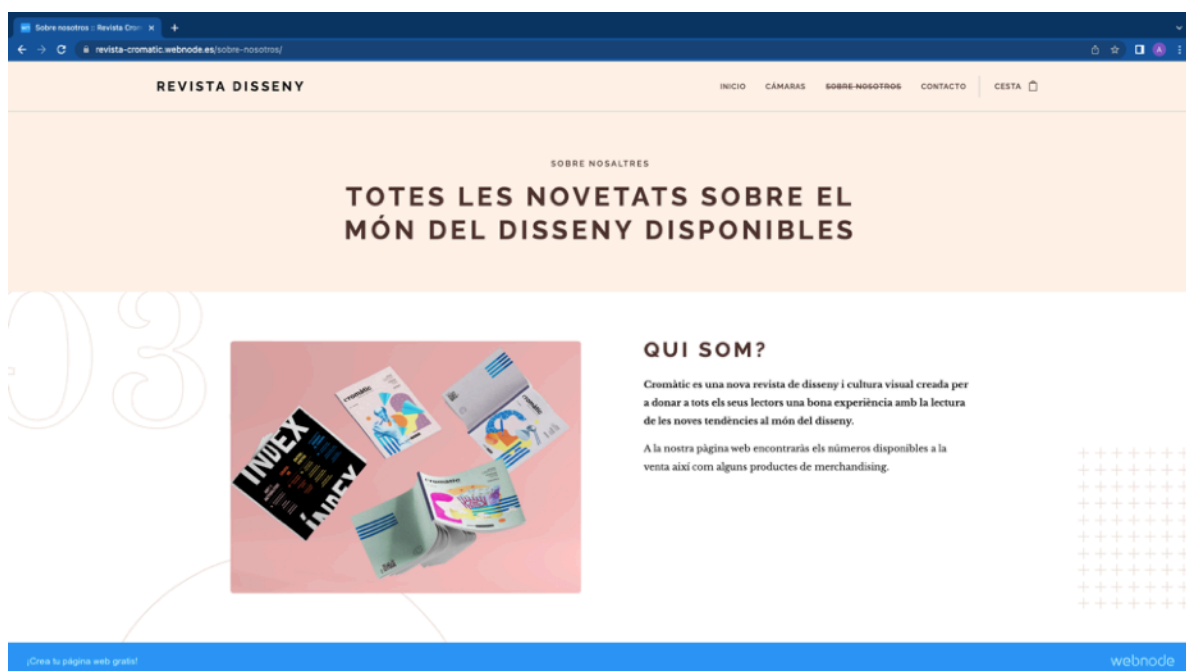


Fig. 49 - Fig. 50
 Pàgina web per a
 promocionar la revista

6.4. PRESSUPOSTOS. COSTS.

En aquest últim apartat s'ha elaborat una tabla amb els gastos detallats reals dels costos que ha suposat la realització del prototip imprès a la impremta *Multicopia* de València.

CONCEPTE	QUANTITAT	PREU/UNITAT	TOTAL
Paper mate portada 300 g	2	0,5 €	1 €
Paper mate interiors 120 g	80	0,30 €	24 €
Enquadernació rústica encolada	1	15 €	15 €
GASTOS TOTALS			40 €

7. CONCLUSIONS.

Una vegada finalitzat tot el procés de treball del projecte, és moment d'analitzar si aquells objectius plantejats al inici d'aquest han sigut complits. El primer de tots ells, exposat com objectiu general del treball, era realitzar un projecte que permetera posar en pràctica els coneixements adquirits durant el grau, i sent així podem determinar que s'ha complit satisfactòriament amb l'elaboració de la revista *Cromàtic* des de zero, on s'ha permès experimentar amb diferents estils i recursos. Al mateix temps aquests estils foren potenciats per la búsqueda de referents i l'anàlisi de publicacions existents, que a més de servir com a inspiració creativa otorguen un major coneixemet sobre l'àmbit editorial. Pel que fa a la complexitat del projecte es podria dir que aquest ha resultat extens donada la diversitat de les fases i el fet d'haver tingut que assumir els rols que comporta una publicació, ja siga directora editorial, d'art o redactora per a alguns dels articles. Al mateix temps es pot afirmar que tots els coneixements empleats per al seu desenvolupament han sigut molt diversos, i tots ells foren necessaris per a arribar fins la resolució de la revista. Es podrien destacar entre aquests, que han sigut essencials les tècniques de composició i color així com de tipografia i de diferents softwares desenvolupats durant aquests quatre anys del grau.

Pel que fa a altres objectius com la gestió del temps, en alguna ocasió si ha sigut necessari fer xicotets ajusts del cronograma plantejat per a poder complir totes les fases. Respecte a la resta d'objectius, es pot concluir que en la seua majoria s'han complit i s'ha obtés un bon resultat.

Per finalitzar aquest apartat, afegir com a reflexió de tot aquest procés de treball en el projecte que, abans de començar-lo, no es tenia consciència de la gran quantitat de treball que existeix darrere d'una publicació d'aquestes

característiques. Per la qual cosa la seua elaboració ha servit per a prendre peu al món editorial i connèixer totes les seues facetes, quedant amb el gran aprenentatge que ha suposat aquest projecte, exposant l'orgull de la resolució del mateix.

8. REFERENCES.

CURE, S; FARINA, A. (2019). *Diseño grafico y pensamiento visual. Cuaderno de actividades*. Barcelona: Gustavo Gili.

EME MAGAZINE. Valencia: Editorial UPV, 2013-2014, num. 1,2, ISBN: 2253-6337

ETAPES. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012, num 12, ISBN: 978-84-252-2400-3

GIMENEZ, M. (2015). *Proyecto editorial. Concepción del proyecto editorial La italiana y prototipo impreso*. Trabajo Final de Grado. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/60589>> [Consulta: 20 de febrero de 2022]

Graffica.info. [consulta: 2014-03-30]. Disponible en: <<http://graffica.info>>

Haslam, A. (2007). *Creación, diseño y producción de libros*. Blume.

Imprenta online 24 (2015). Los diferentes tipos de encuadernado). *Imprenta online 24*. Recuperado de <https://blog.imprentaonline24.es/los-diferentes-tipos-de-encuadernado/>

Meggs, P. B. (2000). *Historia del diseño gráfico*. México: McGraw-Hill.

MUNARI, B. (2002). *¿Cómo nacen los objetos?*. Barcelona: Gustavo Gili.

Partes del. Partes de la revista. *Partes del*. Recuperado de https://www.partesdel.com/partes_de_la_revista.html

Preceden. Evolución del diseño editorial. *Preceden*. Recuperado de <https://www.preceden.com/timelines/39359-evoluci-n-del-dise-o-editorial>

ROBLA, V. (2014). *Arctic. Concepto y diseño de una revista sobre diseño, arte y comunicación*. Trabajo Final de Grado. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/47696>> [Consulta: 15 de febrero de 2022]

SAMARA, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili.

SERRANO, S. (2014). *Prototipo impreso de la revista 13catorce*. Trabajo Final de Grado. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/48724>> [Consulta: 2 de febrero de 2022]

ZAPATERRA, Y. (2007). *Diseño editorial, periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.

9. ÍNDEX DE FIGURES.

- Fig 01 Esquema mètode projectual Bruno Munari. (Pàgina 10)
- Fig. 02 Tableta d'argila amb signes cuneïformes. (Pàgina 12)
- Fig 03 Imprenta de Gutenberg. (Pàgina 12)
- Fig 04 Impressions actuals al disseny editorial. (Pàgina 13)
- Fig 05 Formats digitals al disseny editorial. (Pàgina 13)
- Fig 06 Cartes de color per a les impressions. (Pàgina 14)
- Fig 07 Elements del disseny gràfic. (Pàgina 14)
- Fig 08 Exemples d'infografies. (Pàgina 15)
- Fig 09 Tipografies serif i sans serif. (Pàgina 16)
- Fig 10 Diferents tipus de tipografies. (Pàgina 16)
- Fig 11 Primers exemplars de disseny editorial a Alemanya. (Pàgina 17)
- Fig 12 Primers exemplars de disseny editorial a França. (Pàgina 17)
- Fig 13 Exemplar de la revista *Gràffica*. (Pàgina 18)
- Fig 14 Portada de la revista *Eme*. (Pàgina 18)
- Fig 15 Exemplar de la revista *Elephant*. (Pàgina 18)
- Fig 16 Portada de nº per a la revista *Eye*. (Pàgina 19)
- Fig 17 Fotocollage de l'artista Mary de lirios. (Pàgina 19)
- Fig 18 Fotocollage de l'artista Gabriel Russo. (Pàgina 19)
- Fig 19 Proves de naming per a la revista *Cromàtic*. (Pàgina 20)
- Fig 20 Proves de naming per a la revista *Cromàtic*. (Pàgina 20)
- Fig 21 Capçalera per a la revista *Cromàtic*. (Pàgina 21)
- Fig 22 Disseny de logotip per a la revista *Cromàtic*. (Pàgina 21)
- Fig 23 Formació de logotip per a la revista *Cromàtic*. (Pàgina 21)
- Fig 24 Estructura de portada de la revista *Cromàtic*. (Pàgina 22)
- Fig 25 Portada i contraportada de la revista *Cromàtic*. (Pàgina 23)
- Fig 26 Estructura de coberta de la revista *Cromàtic*. (Pàgina 23)
- Fig 27 Conjunt de portades de continuïtat per a la revista. (Pàgina 24)
- Fig 28 Disseny de portada nº especial per a la revista *Cromàtic*. (Pàgina 25)
- Fig 29 Valors del document de maquetació de la revista. (Pàgina 26)
- Fig 30 Estructura de la retícula per a interiors de la revista. (Pàgina 26)
- Fig 31 Tipografia dels titulars d'interiors de la revista. (Pàgina 27)
- Fig 32 Tipografia dels cos de text d'interiors de la revista. (Pàgina 27)
- Fig 33 Pàgines interiors de seccions de la revista. (Pàgina 28)
- Fig 34 Pàgines interiors de seccions de la revista. (Pàgina 28)
- Fig 35 Pàgines interiors de seccions de la revista. (Pàgina 29)
- Fig 36 Impressió de la revista *Cromàtic*. (Pàgina 30)
- Fig 37 Resultat imprès de pàgines interiors de la revista. (Pàgina 31)
- Fig 38 Resultat imprès de pàgines interiors de la revista. (Pàgina 31)
- Fig 39 Resultat imprès de pàgines interiors de la revista. (Pàgina 32)
- Fig 40 Resultat imprès de pàgines interiors de la revista. (Pàgina 32)
- Fig 41 Resultat imprès de pàgines interiors de la revista. (Pàgina 32)
- Fig 42 Pàgina web per a promocionar la revista. (Pàgina 33)
- Fig 43 Merchandising realitzat per a la difusió de la revista. (Pàgina 34)
- Fig 44 Merchandising realitzat per a la difusió de la revista. (Pàgina 34)

- Fig 45 Flyers realitzats per a la difusió de la revista. (Pàgina 34)
- Fig 46 Pàgina web per a promocionar la revista. (Pàgina 35)
- Fig 47 Pàgina web per a promocionar la revista. (Pàgina 35)
- Fig 48 Pàgina web per a promocionar la revista. (Pàgina 35)
- Fig 49 Pàgina web per a promocionar la revista. (Pàgina 36)
- Fig 50 Pàgina web per a promocionar la revista. (Pàgina 36)