



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

Soria existe. Un recorrido por la provincia.

Trabajo Fin de Grado

Grado en Bellas Artes

AUTOR/A: López Rodríguez, Álvaro

Tutor/a: Espi Cerda, Emilio

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022

## RESUMEN

Con la realización de este trabajo, se pretende mostrar los encantos y espacios turísticos que la provincia de Soria ofrece. Es la provincia menos poblada de España y más olvidada, por lo que su reconocimiento arquitectónico, gastronómico y cultural está perdiendo importancia, todo ello debido al gran problema que sufre a día de hoy; la despoblación en las zonas rurales de España.

La creación de una guía turística moderna y llamativa es nuestro principal objetivo, queriendo darle un toque más personal pero manteniendo el estilo típico de guía informativa. En él, aparecerían en diferentes secciones los temas a tratar: espacios y recursos naturales, zonas comarcales, gastronomía, tradición y cultura, compartiendo página con elementos ilustrados o mapas descriptivos de diferentes zonas.

### PALABRAS CLAVE

Maquetación, Diseño, ilustración, viajes, turismo, Soria, despoblación.

## ABSTRACT

With the realization of this work, it is intended to show the charms and tourist spaces that the province of Soria offers. It is the least populated province in Spain and the most forgotten, so its architectural, gastronomic and cultural recognition is losing importance, all due to the great problem it suffers today; depopulation in rural areas of Spain.

The creation of a modern and eye-catching tourist guide is our main objective, wanting to give it a more personal touch but maintaining the typical style of an informative guide. In it, the topics to be discussed would appear in different sections: spaces and natural resources, regional areas, gastronomy, tradition and culture, sharing a page with illustrated elements or descriptive maps of different areas.

### KEYWORDS

Layout, design, illustration, trips, sightseeing, Soria, depopulation.

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi familia por su apoyo incondicional a seguir mis impulsos artísticos y esta larga trayectoria universitaria.

A mi tutor por su más que agradecida dirección y apoyo en el proceso de creación del proyecto.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>7</b>
<b>3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>8</b>
<b>4. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
<b>4.1. HISTORIA DE SORIA .....</b>	<b>9</b>
<b>4.2. EXPLOTACIÓN TURÍSTICA .....</b>	<b>10</b>
<b>4.3. ÉXODO Y DESPOBLACIÓN RURAL .....</b>	<b>12</b>
<b>4.4. DISEÑO EDITORIAL .....</b>	<b>14</b>
<i>4.4.1. Las guías turística en la actualidad .....</i>	<b>15</b>
<i>4.4.1.1. Características y tipos de guías .....</i>	<b>16</b>
<b>5. REFERENTES .....</b>	<b>17</b>
<b>5.1. DÍDAC BALLESTER .....</b>	<b>17</b>
<b>5.2. GIMENO GRÀFIC .....</b>	<b>17</b>
<b>5.3. MANUEL ESTRADA .....</b>	<b>18</b>
<b>6. DESARROLLO DE LA GUÍA .....</b>	<b>19</b>
<b>6.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>19</b>
<b>6.2. DISEÑO .....</b>	<b>20</b>
<i>6.2.1. Definición del nombre: Naming .....</i>	<b>20</b>
<i>6.2.2. Identidad visual .....</i>	<b>20</b>
<i>6.2.3. Interior de la guía .....</i>	<b>21</b>
<i>6.2.4. Formato .....</i>	<b>23</b>
<i>6.2.5. Retícula .....</i>	<b>23</b>
<i>6.2.6. Maquetación .....</i>	<b>24</b>
<i>6.2.7. Tipografía .....</i>	<b>25</b>

6.2.8. <i>Estética</i> .....	26
6.2.9. <i>Cubierta</i> .....	26
<b>6.3. ADAPTACIÓN WEB</b> .....	<b>28</b>
6.3.1. <i>Espacio web</i> .....	28
6.3.2. <i>App</i> .....	33
<b>7. RESULTADO FINAL</b> .....	<b>35</b>
<b>8. CONCLUSIÓN</b> .....	<b>42</b>
<b>9. REFERENCIAS</b> .....	<b>43</b>
<b>10. ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>44</b>
<b>11. ANEXO</b> .....	<b>46</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

El proyecto que a continuación se redacta con carácter de Trabajo de Fin de Grado pretende mostrar la amplia cantidad de conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Bellas Artes. Abordar una gran cantidad de materias y técnicas me han hecho darme cuenta que es lo que me gusta del mundo artístico. Se presenta un proyecto que une varias técnicas abordadas durante la carrera, como el diseño gráfico, diseño editorial y la ilustración.

A su vez, en esta memoria se muestran todas y cada una de las fases realizadas en el proyecto, problemas que han surgido, sus respectivas soluciones y el resultado final. Todo ello con una justificación e investigación previa de cada paso dado.

Se proyecta, además de como un trabajo de diseño editorial e ilustrativo, como una llamamiento al problema que sufre la provincia de Soria con la despoblación, la actual España vaciada. Tratar este tema se debe a lo cercano que ha sido vivir en un entorno que ha sufrido a lo largo de las dos últimas décadas carencias en el ámbito de la educación, el transporte y el turismo, entre otros, y dando como resultado la pérdida de interés en buscar soluciones prácticas al revivir de la provincia, que actualmente, es la menos poblada de España, sin embargo, ha sabido seguir adelante con este recurso: el turismo rural. Más allá de una experiencia, se ha querido plasmar la realidad.

Actualmente, es muy atípico encontrar una guía turística en la cual se hable de algo más que varios lugares que visitar. La idea principal creando esta guía es la de explicar a todo lector el problema que sufre Soria. No solo mostrar de manera visual todos los rincones y tradiciones que tiene la provincia, sino ir más allá, y mostrar desde un punto más objetivo esa historia que contiene.

Se trata de una guía de viaje moderna y actualizada a partir de los conocimientos adquiridos en el grado de Bellas Artes, entre los cuales destacamos: la fotografía, la ilustración, el diseño gráfico y el diseño de interiores. Así pues, en el marco teórico del trabajo se recoge información no solo de la parte artística y gráfica de la guía, sino también de la parte más informativa en la cual se redacta la historia de la provincia de Soria, el éxodo rural, el turismo y la historia del diseño editorial.

## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

### 2.1. OBJETIVO GENERAL

Como principal objetivo se quiere concebir un proyecto de diseño editorial con un tema principal: la necesidad de visibilización de la provincia de Soria y ofreciendo una amplia variedad de parajes, actividades, entretenimiento e incluso la gastronomía que esta provincia produce.

Durante los últimos años, la disminución de la población ha hecho que los recursos básicos en educación, comercio y transporte se vean perjudicados, haciendo que mucha gente no quiera establecerse allí por esas carencias que, sin ayuda del gobierno u otras instituciones gubernamentales, no podrán solucionarse. Por lo tanto, se trata de un proyecto de introducción a la práctica profesional en el ámbito del diseño gráfico y diseño editorial mostrando los lugares de interés de la provincia y dar a conocer el problema que sufre por la despoblación.

### 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Con esta guía de viaje también se le quiere dar una vuelta a la manera en la que viene constantemente mostrada la información en los catálogos turísticos, dándole un toque más animado y original pero sin perder su verdadero mensaje.

Entre algunos de los objetivos más específicos, podemos destacar los siguientes:

- Planificar de manera adecuada y detallada cada una de las fases del proyecto de modo que el resultado sea lo más profesional posible.
- Controlar los aspectos técnicos que pueden influir en la impresión y diseño de la guía.
- Intentar crear una publicación atractiva para los posibles lectores y que recoja toda la información de una manera clara y dinámica.
- Planificar la disposición de la información de la guía (secciones, ilustraciones, historia...).
- Dar visibilidad a la provincia de Soria de una manera artística y con conciencia.
- Uso de técnicas tradicionales, como la tinta (bolígrafo).
- Crear un catálogo atractivo, diferente y que desempeñe la función para la que ha sido creada.
- Mostrar que los cuatro años de carrera universitaria han servido para poder realizar este amplio proyecto.
- Ser capaz de llevar a cabo un proyecto con sus respectivas fases, problemas, preguntas previas y soluciones posteriores.

### 3. METODOLOGÍA

Para conseguir resolver todas las ideas y que conformen una guía adaptada a las necesidades que se quieren llegar a cumplir, se desarrollaron una serie de fases las cuales serían la base para la realización del trabajo.

La primera fase fue seleccionar el lugar del que se quería hablar. Se seleccionó Soria, por vínculos personales del autor y esa necesidad de contar una historia actual. Se disponía de bastante información y se quería, mediante algún medio o soporte, representarla. Sin embargo, no se quería tratar el tema del turismo como un catálogo turístico cualquiera. Actualmente no se conoce en Soria ningún catálogo o guía que trate el tema de la despoblación y éxodo rural, por lo que tratar esa mezcla entre turismo y despoblación era interesante.

Seguidamente, comenzamos la segunda fase del proyecto, en la cual es el momento de investigación y recolección de información en base a ese fenómeno de la despoblación, así como de elementos de carácter turístico de la provincia. La búsqueda de referentes también ha sido una parte importante del trabajo, al igual que el apartado fotográfico.

Una vez se tenían todos estos datos, continuaremos con la tercera fase, donde se procedió al diseño de ideas y bocetos, maquetaciones que darían pie a las primeras plasmaciones de la guía. De este modo, irían surgiendo las secciones que contendría e iremos seleccionando las imágenes y texto que presentarán cada una de ellas. Además, no podríamos olvidarnos de la identidad visual de dicha guía, la cual sería muy importante para darle un nombre.

En cuarto lugar, al tener definidas las secciones, se procedería a resumen y redacción de los textos que irían ubicados en los diferentes apartados. Intentar no cargar un pliego de mucho texto era el principal objetivo, de modo que el balance de pesos entre texto, imágenes e ilustraciones fuera adecuado. El texto se encuentra escrito en tercera persona, presentando la información desde el punto de vista del observador, de quien no participó en la historia.

A continuación, la última fase del proyecto consistiría en el proceso de encuadernación y maquetación del resultado final, probando diferentes tipos de papel y envoltorios atractivos para la guía. Además, como parte final de este proceso, se procedería a la adaptación en diferentes dispositivos digitales, como página web y aplicación móvil, utilizando varios medios para plasmar las visualizaciones, como por ejemplo varios mockups.



Fig 01: Ermita de San Saturio (Soria).

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1. HISTORIA DE SORIA

El nacimiento de la actual ciudad de Soria se encuentra a pocos kilómetros de la misma, en el monte Valonsadero. En este lugar boscoso y lleno de naturaleza se establecieron grupos de pastores que plasmaron mediante pinturas rupestres varias escenas de la vida cotidiana, durante la edad de bronce.

Sin embargo, el enclave que da nombre a la pequeña ciudad castellana son las ruinas de Numancia, la ciudad más importante de los arévacos y en la cual el pueblo celtíbero luchó contra los romanos, los cuales vencieron y dejaron grandes evidencias de su paso por la provincia.

Tras un largo período de tiempo siendo tierra de contiendas, enfrentamientos y posiciones de diferentes territorios de la península (Aragón, Castilla, la ocupación musulmana...), en el siglo XI llega el momento de repoblación de esta tierra desde las cuales llegan campesinos y nobles de Asturias, Aragón y Castilla para empezar una nueva vida. Para ayudar a esa repoblación, se creó la Mancomunidad de los 150 Pueblos de Soria, una de las instituciones más antiguas de España.

Gracias al apoyo de la monarquía, la villa creció exponencialmente y se coronó en la categoría de ciudad. Tras este reconocimiento, la ciudad siguió creciendo aunque con dificultades, ya que durante los próximos años y tras varias revueltas, como la Guerra de Sucesión, la Guerra de Independencia o incluso por su posición fronteriza durante los conflictos, perjudicó en su crecimiento, tanto el de la ciudad como el de la provincia.

A día de hoy, Soria es la provincia del territorio español con menos población, con aproximadamente 90.000 habitantes. La ciudad cuenta con un total de 39.000 habitantes, convirtiéndola en la capital de provincia menos poblada de Castilla y León y la segunda menos poblada de España (solamente por delante de Teruel).

Su patrimonio cultural es uno de sus principales atractivos turísticos, así como algunos de los espacios naturales más destacados de la región: La Laguna Negra, los Picos de Urbión y el Moncayo. Su economía se basa fundamentalmente en el turismo, la industria agroalimentaria y la gastronomía.

Actualmente, y algo que lamentablemente se está intentando solucionar, es el tema de la despoblación. Es cierto que es una provincia rural cada vez más visitada, sobre todo, por las numerosas muestras del románico que no han sido dañadas con el paso de los siglos, sin embargo, este problema se nota cada vez más dificultando el futuro crecimiento para la provincia.



Fig 02: Vista de la Laguna Negra de Urbión.



Fig 03: Castillo de Berlanga de Duero.



Fig 04: Iglesia parroquial de Nuestra Señora del Pino, Vinuesa.

## 4.2. EXPLOTACIÓN TURÍSTICA

Durante muchos años, la provincia de Soria ha apostado por invertir en la franja turística. Su variedad paisajística y la huella del pasado en toda la provincia, del medieval y el románico sobre todo, han hecho que sea uno de los principales destinos rurales a nivel nacional. Entre algunos de los lugares y parajes más visitados, y de los cuales la guía va a tratar, se encuentran:

- El Cañón de Río Lobos es un profundo y gran cañón de escarpadas paredes verticales que discurre a lo largo de 25 km entre las localidades de Hontoria del Pinar, en Burgos, y Uclero en Soria. El parque natural cuenta con una gran diversidad geológica y florística, además de contener una belleza paisajística, y albergar una gran colonia de aves. En el encontramos la famosa ermita de San Bartolomé.

- No muy lejos, nos encontramos con El sabinar de la Sierra de Cabrejas, situado al oeste de la provincia, es uno de los principales y mejor conservados bosques de sabinas de la península. El paisaje es fiel reflejo del nicho ecológico de la sabinas. Sin embargo, mayor importancia tiene el Sabinar de Calatañazor, pueblo que refleja a la perfección el pasado de la zona, conservado con gran pureza y que en los últimos años se está recuperando con buen criterio como núcleo turístico. Calles empedradas, naturaleza, castillo y murallas.

- La Fuentona de Muriel es el lugar que recoge una cueva subterránea que expulsa aguas turquesas del río Abión en medio de un paisaje seco y agreste.

- Berlanga de Duero es la villa por excelencia que sufre la decadencia de esta provincia, con una gran pérdida de población anualmente, sin embargo, conserva un gran patrimonio que demuestra su pasado esplendor, con sus calles soportales, el castillo artillero, la fachada del palacio de los Marqueses de Berlanga y la colegiata de estilo renacentista. Es muy recomendable visitar esta localidad. Además, cuenta con la famosa Ermita de San Baudelio, el edificio más famoso de todo el mozárabe en Soria.

- La Comarca de Pinares ocupa toda la zona noreste de la provincia de Soria, en la Sierra de Urbión y de la Laguna Negra. Vivir de la madera de pino y la industria del mueble han sido el motor económico de la zona, aunque ahora, cobran mayor importancia las setas. Navaleno se alza como el centro micológico. Sin embargo, la Corte de esta gran comarca es Vinuesa, capital de la misma y reconocida como una de las villas más bonitas de España a partir de 2021. Se encuentra enclavada en una de las manchas boscosas más extensas de la península y compone uno de los conjuntos



Fig 05: Iglesia de San Miguel de San Esteban de Gormaz.



Fig 06: Vista aérea de Ágreda



Fig 07: Galería porticada de la iglesia de San Miguel de San Esteban de Gormaz.

Fig 08: Catedral de la Asunción de El Burgo de Osma

más atractivos de la geografía provincial. No solo por encontrarse en el epicentro de una tierra verde y fértil, sino porque presenta una arquitectura noble y popular, generosa en casonas de piedra, memorias de carreteros y edificaciones de intenso sabor pinariego. La villa, a orillas del Embalse de la Cuerda del Pozo, es punto de acceso al mayor atractivo de la provincia: La Laguna Negra de Urbión, una laguna de origen glacial situada en la sierra de Urbión.

- El Burgo de Osma es la segunda localidad más grande de la provincia. En ella podemos encontrar su magnífica y bien cuidada muralla, la puerta de San Miguel o la Catedral de Santa María de la Asunción, pilares fundamentales en tu visita a El Burgo de Osma. Sus acogedoras calles con soporales, su plaza mayor, antiguo hospital o antigua Universidad de Santa Catalina son a día de hoy edificios públicos convertidos en espacios turísticos visitados a lo largo del año. A pocos kilómetros encontramos la villa de San Esteban de Gormaz, caracterizada como la villa de los viñedos. La Ribera del Duero tiene actualmente gran importancia en Soria. En ella se encuentran la famosa iglesia de la Virgen del Ribero y la no tan grande iglesia de San Miguel.



- La Sierra Moncayo es el punto más alto del Sistema Ibérico con 2.315 metros. Cerca de ella nos encontramos con dos de las localidades más prósperas y grandes de la provincia. En primer lugar tenemos a Ágreda, conocida como la villa de las tres culturas. Sus calles están salpicadas de templos y recuerdos del siglo XVII, construcciones populares y casas solariegas. La magnífica Basílica de los Milagros es uno de los puntos clave de la localidad. La otra localidad a los pies de la sierra es Ólvega, con la Ermita de la Virgen de Olmacedo y la Ermita de San Roque a la cabeza como monumentos de importancia en la población. Sin embargo, no es ese el mayor atractivo de



Fig 09: Puerta de la Villa. Almazán.

la localidad, sino su gran y extenso polígono industrial, casi de igual dimensión al de la ciudad de Soria.

- Almazán es la Villa más grande de la provincia, con 6.000 habitantes aproximadamente. Su paisaje repleto de colinas y de restos históricos recuerdan su importante papel en la época medieval. La plaza mayor se vislumbra como plaza castellana. Allí se encuentran dos de los monumentos por excelencia de la Villa, el Palacio de los Hurtado de Mendoza y la iglesia románica de San Miguel. Destaca la Bajada de Jesús Nazareno, fiesta de interés turístico regional, en la cual mediante un desfile de cohetes, miles de adnamantinos y visitantes se congregan en la plaza mayor para ver la bajada del Nazareno desde la iglesia del Campanario hasta la ermita situada en la plaza mayor.

- Las ruinas de Numancia son el yacimiento arqueológico que mayor fuente de datos ha aportado sobre el mundo celtibérico, por ser el más ampliamente excavado. Actualmente podemos visualizar el entramado de las calles, restos de viviendas o la reconstrucción de sendas casas celtíberas y romanas. Muy cerca se encuentra Soria. La ciudad cuenta a los orillas del río Duero con la Ermita de San Saturio, patrón de la ciudad, el claustro de los arcos de San Juan de Duero, las iglesias de San Juan de Rabanero y la de Santo Domingo. Soria es sinónimo de naturaleza y catálogo patrimonial. Su gran jardín, la Alameda de Cervantes, es el corazón de la ciudad.

### 4.3. ÉXODO Y DESPOBLACIÓN RURAL

Desde el comienzo del siglo XXI, España ha visto la llegada de un crecimiento demográfico destacable. Desde entonces hasta la actualidad, ha ganado millones de habitantes, pasando de 41 a 47 millones. Sin embargo, el proceso de despoblación ha permanecido presente, sobre todo en las zonas rurales del país: Castilla y León, Aragón, Cantabria, Galicia y Extremadura. Realmente la gran mayoría pierde población, sobre todo por el éxodo rural hacia las grandes ciudades, como Madrid, Barcelona o Valencia.

El término de la despoblación es eminentemente rural y afecta casi en su totalidad a los pequeños municipios del país. Hay una gran cantidad de municipios con menos de 5.000 habitantes, concentrando un total del 15% del total de la población del país. De todos ellos, el 80% ha perdido población hasta la fecha. No solo son los pueblos, sino que también capitales de provincia pierden población, como por ejemplo Teruel, Cuenca y Soria.

A la despoblación se suman también los problemas derivados de la dispersión territorial y la baja densidad de población, ya que en España contamos con una de las medias más bajas de Europa. Además, el envejecimiento ha sido otro de los grandes problemas. Casi 9 millones de personas en el



Fig 10: Vista aérea de la pedanía de El Quintanarejo, al norte de la provincia.



Fig 11: Imagen de pastos a orillas del río Duero.

país tienen más de 65 años y se prevé que para 2050 sean 15,5 millones las que lo superen. El envejecimiento se concentra sobre todo en los pueblos, los cuáles no solo pierden población por el éxodo de los jóvenes a las ciudades, sino que las personas que permanecen en él suelen ser de elevada edad, haciendo así que en los pueblos no haya crecimiento generacional y se vea como muere y desaparece lentamente.

En este caso, Soria lleva siendo durante varios años el “núcleo” o “zona cero” de la despoblación en España. Durante los casi últimos 50 años, la producción agrícola, industrial, así como el urbanismo, provocaron intensos movimientos migratorios desde las zonas más rurales a las ciudades. Algunas de las más beneficiadas fueron Madrid, Zaragoza y el País Vasco. Ésta provincia ha padecido la despoblación con mayor intensidad y eso conlleva que contenga las mayores tasas de envejecimiento no sólo de la comunidad, sino también del país. A esto hay que sumar la fuerte destrucción del empleo.

Hace más de una década se creó la ahora conocida Soria Ya, una plataforma política, o más bien, movimiento ciudadano que lucha por el reconocimiento de la España Vacía, contra el olvido al que se someten provincias como la de Soria en las distintas instituciones y que lleva varios años haciéndose un hueco por estar dentro de los partidos relevantes del país. Un ejemplo claro lo tenemos en el año 2021, el cual dejó en Soria la menor cifra de nacimientos desde que hay datos oficiales, 500 bebés. En los años 40 había aproximadamente 3.500 nacimientos por año. Un dato que hace suponer que a pesar de la dureza de los años precedentes pudiese haber más bebés que en la actualidad. Las cifras actuales suponen aproximadamente 10 nacimientos por semana de media. En 944 el total de nacimientos eran 80 bebés de lunes a domingo. El porcentaje es devastador.



Fig 12: Bandera del movimiento “Soria Ya”.



Fig 13: Manifestación de Soria Ya en Madrid, durante el movimiento de la España Vacía.

En términos generales, la provincia seguía contando con nacimientos a gran escala aunque descendiendo poco a poco. Se puso sobre la mesa el tema de la despoblación... y a día de hoy, ya lo experimentamos con datos bastante evidentes. Las defunciones siguen sin ser menores a los nacimientos ya que actualmente en el siglo XXI, ese número se duplica al de nacimientos.

Con esta cantidad de resultados, no es raro que la solución sea la búsqueda de nuevos pobladores. La natalidad, ni duplicándose, podría llegar a resolver este gran problema. La ausencia de trabajo y empresas en la provincia también hace complicada la llegada de personas de otros lugares. Sin embargo, no hay que olvidar los problemas actuales con el tema de la educación y la sanidad. Una gran cantidad de pueblos se quedan sin esos medios por la reducción en los censos. Un ejemplo claro está en los jóvenes que tienen que desplazarse a otras localidades a estudiar porque sus colegios o institutos han cerrado por la falta de población.

La despoblación en Soria también está ligada a la pérdida de peso económico en el sector agrario. La disminución de las necesidades de mano de obra en la agricultura y en las actividades de producción ligadas a ella no se han visto compensadas por el desarrollo de otros sectores con capacidad de generación de empleo. El desarrollo de la industria, la construcción y los servicios generó una demanda de mano de obra que no fue suficiente para proporcionar oportunidades de empleo a miles de trabajadores, que alimentaron junto a sus familias un proceso de migraciones. Solamente una de las poblaciones que más progreso industrial muestra en la actualidad es Ólvega, la cual genera miles de trabajos cada año y contiene un polígono industrial en pleno crecimiento.

Un 30% de los municipios totales de España (2.452 municipios), disfrutan de una situación demográfica buena, mientras que en el conjunto de las provincias de Cuenca, Soria y Teruel son únicamente 27 las localidades que no sufren desventajas demográficas (4,1% del total de los municipios SSPA).

#### **4.4. DISEÑO EDITORIAL**

Hoy en día, es necesario encontrarnos con un libro, catálogo o guía bien maquetado. Son muchos los factores que deben llevarse a cabo para poder conseguir un trabajo editorial. Actualmente, la industria editorial ha perdido terreno ante otros medios más factibles, como la radio, la televisión, etc.

El diseño editorial es una rama que parte del diseño gráfico. Es la encargada de la creación y producción de piezas literarias. Pueden ser libros, revistas, catálogos... Todos ellos compuestos por pliegos o páginas, las cuales

a su vez están organizados por retículas de varias medidas, así como marcas de corte, sangrados y líneas adaptables al gusto del diseñador.

Dentro del diseño editorial se tienen en cuenta varios aspectos importantes: en primer lugar su principal función es la maquetación y para poder llegar a eso, debemos tener en cuenta un determinado juego de cuestiones, entre ellos que destacamos: el texto; el cual nos va a comunicar con los lectores, transmitiendo un contenido o idea; la creatividad, la cual va a marcar la diferencia y te va a diferenciar de los demás; el formato, las imágenes, la retículas (anteriormente comentada) siendo la base de nuestra estructura pasando desapercibida pero fundamental para el diseñador; la tipografía, siendo la cuestión básica para la imagen visual que dependerá del tipo de proyecto y público al que vaya dirigido; los elementos gráficos, bien sean infografías, esquemas o mapas; y finalmente el color. Todo ello conforma una buena maquetación editorial.

En segundo lugar, un buen diseño editorial nos proporciona legibilidad, dinamismo y coherencia en todo el contenido y la relación que entabla con el lector. Todo ello garantizará que destaquen las partes más importantes de la pieza gracias al adecuado uso de imágenes, tipografías y resto de elementos necesarios que se deben incluir en el diseño.

Finalmente, en tercer lugar, es importante llevar a cabo la elección del papel o formato donde se va a presentar. No es de extrañar que actualmente el mundo de la tecnología ha evolucionado mucho y muchos de los periódicos, revistas y lugares de información que antes eran meros medios físicos, han evolucionado y se han pasado a la difusión de la información en formato digital. El diseño editorial ha cambiado y con eso, los diseñadores editoriales también.

#### **4.4.1. Las guías turísticas en la actualidad**

Los catálogos turísticos siempre han mantenido su esencia mostrándonos los lugares de interés de un determinado lugar, rutas, lugares de ocio, así como ese aporte de información y ayuda para el turista perdido pero con una gran énfasis de lo inesperado. La estética que hasta ahora era la más habitual es mediante un soporte impreso, una fuente accesible que facilita la información básica de primera mano y alcanza a sectores de público en áreas con difícil acceso a Internet.

Sin embargo, una gran parte de estos catálogos ya existentes han creado una alternativa para llegar a un mayor número de personas: la creación de guías turísticas digitales. Para su perfecta realización, deben seguir el mismo estilo fotográfico y tipográfico que el catálogo real. Debe mostrar la misma sintonía, sin evadirse del estilo de la marca.

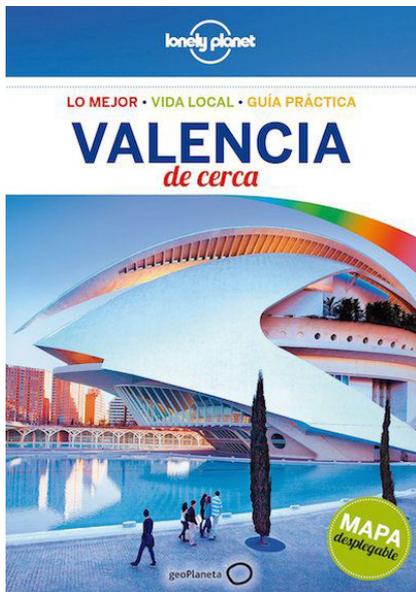


Fig 14: Guía turística vacacional de Valencia



Fig 15: Ruta de Alvargonzález. Folleto de Senderismo

El mundo del turismo ha evolucionado a lo largo de la última década, llevando a la plataforma digital su desarrollo y expansión mundial. Los catálogos digitales enfocados al turismo deben de ser totalmente coherentes con la marca a la cual representan. Completan una serie de elementos y tecnologías que permiten una experiencia del usuario el cual mediante videos, imágenes en movimiento, guías sonoras e incluso accesos a través de él a otros medios web, facilitan la interacción del turista con el espacio que visitan. La presencia de códigos QR que te envían a otras plataformas y la facilidad de poder, incluso, descargar ese contenido y tenerlo contigo sin la necesidad de usar internet, es otro de los grandes avances.

Las guías digitales virtuales turísticas son multiplataformas lo que nos asegura que será perfectamente accesible desde cualquier tipo de dispositivo: android, teléfono móvil smartphone, tablets, etc.

#### 4.4.1.1. Características y tipos de guías

La guía ofrece un tour informativo de una zona determinada. Para que este viaje sea lo más entretenido y llame la atención del lector, se deben seguir una serie de directrices a la hora de crear una guía:

- Durante la lectura, se debe transmitir un trato amable y cortés.
- Se debe mostrar material audiovisual como fotografías o ilustraciones para facilitar la comprensión de la guía. En el medio digital, con audio guías o vídeos.
- En el caso de presentarse en formato impreso, están hechas para ser llevadas durante la visita al lugar, por lo que un tamaño mediano o pequeño es el más adecuado.
- Deben presentar un orden lógico y fácil de entender
- La información debe de ser clara y concisa.

Podemos diferenciar varios tipos de guías, dependiendo la zona en la que nos ubiquemos geográficamente, o incluso el tipo de turismo que queramos realizar. Por un lado podemos encontrar las habituales guías vacacionales, donde se muestran los lugares más típicos que visitar, los hoteles y restaurantes más famoso, e incluso si visitamos un lugar de playa, los tipos de playa y calas de la zona. Es una de las guías más frecuentadas. Por otro lado, encontramos las guías destinadas al descubrimiento de la naturaleza, donde únicamente encontramos rutas de senderismo en las cuales descubrimos parajes naturales y caminos forestales, de algún modo viviendo una aventura en el medio rural. Otro tipo de guía o catálogo podría ser el destinado al estudio de la fauna de determinada zona, visitando lugares de protección animal. El turismo abarca una gran cantidad de espacios muy diferenciados unos de otros, pero ambos con un objetivo común: el aprendizaje y despertar aventurero del viajero.



Fig 16: Interior catálogo de productos “Expormin”, Dídac Ballester.



Fig 17: Interior catálogo de productos “Expormin”, Dídac Ballester.



Fig 18: Catálogo de la exposición “No solo mires. Escucha”. Pepe Gimeno.



Fig 19: Catálogo de la exposición “No solo mires. Escucha”. Pepe Gimeno.

## 5. REFERENTES

### 5.1. DÍDAC BALLESTER

Dídac Ballester es un diseñador gráfico de origen valenciano especializado sobre todo en el diseño de libros, los proyectos de identidad visual y corporativa, así como del *packaging*.

Su principal recurso a la hora de trabajar es la sencillez, por ese motivo, su obra reivindica la delicadeza, el orden y los detalles. Da mucha importancia al “concepto” y considera necesaria mantener una reflexión continua con el entorno mismo de los objetos que diseña. Se preocupa de todos los mínimos detalles: la tipografía, el formato, la forma... todo para poder llegar muy de cerca al lector o receptor que quiera observar su obra.

En especial, destaca su obra editorial *Expormim*, catálogo de producto del año 2018. De tamaño cuadrado, se muestra lo bien cuidada que se presenta la estética en la cual se refleja la esencia de los muebles de la firma, en la cual las fotografías se enlazan a la perfección con la tipografía, los colores y la perfecta maquetación. No hace falta innovar demasiado para mostrar un trabajo acorde y de calidad.

Recalco como se presenta lo que se quiere mostrar de una manera sencilla, realizando un peso de las partes totalmente adecuado y con un uso del formato perfecto para el dinamismo entre imagen y texto. Según Dídac, el diseño lo tiene que entender todo el mundo, ya que se ha convertido en un laberinto de operaciones incomprensibles para la mayoría de las personas.

### 5.2. GIMENO GRÀFIC

Pepe Gimeno es uno de los artistas más consagrados y talentosos de la comunidad valenciana, y del país. Tras finalizar bachillerato, decidió adentrarse en las artes introduciéndose en la Escuela de Artes y Oficios de Valencia, donde descubriría su vocación por el diseño gráfico, aunque por aquel entonces no era algo especialmente destacado, por lo que sería el diseño publicitario lo que adoptaría como su gran especialidad.

Tras esa larga trayectoria profesional, creó lo que hoy conocemos como Gimeno Gràfic. Actualmente es un importante ente para la administración pública, ya que podemos decir que la imagen de la Comunidad Valenciana le corresponde, es decir, es el precursor de diseño como el del área de Turismo, de Metro Valencia, la EMT Valencia e incluso Les Corts.

Según Pepe Gimeno, un buen diseño es aquel que perdura y no necesite retoque en una gran cantidad de tiempo. Es complicado preservar ese inte-

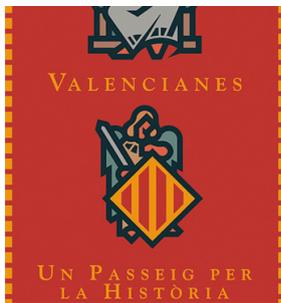


Fig 20: Cartel exposición Un Passeig per la Història. Pepe Gimeno.



Fig 21: Proceso de creación marca Corts Valencianes. Pepe Gimeno.



Fig 22: Marca Benicarló, Cuina autèntica. Pepe Gimeno.



Fig 23: Catálogo de la exposición "Sonori-idad interna". Pepe Gimeno.

rés debido a los grandes cambios en las tendencias y avances en la cultura visual.

Pepe Gimeno recalca que la tipografía es uno de los elementos más importantes del diseño gráfico y presenta una seña de identidad con respecto a la pintura o la fotografía. Se adentra en ella para llevar al máximo nivel su interés por este campo. Ha recibido un gran lote de premios a lo largo de su carrera, convirtiéndose en uno de los mejores diseñadores gráficos que el país haya conocido.

En cuanto a algunas de sus obras, destacamos los diseños de la *Marca Benicarló*, *Cuina autèntica*, sobre todo por los usos cromáticos y adaptabilidad del logo + marca y sus variaciones. También destacar el proceso de creación de la marca *Corts Valencianes*, con su gran capacidad para el boceto y posterior resultado final. Otros diseños de carácter editorial como el catálogo de la exposición *No sólo mires, escucha*, Ayuntamiento de Riba-Roja, 2017, muestra su capacidad para jugar con las páginas, como compensar los pesos entre el texto y las imágenes, así como la gran personalidad que muestran las mismas.

El arte de Pepe Gimeno es dinamismo, sencillez y elegancia. El sobresaliente en diseño debe de ser innovación y no debe perder su esencia.

### 5.3. MANUEL ESTRADA

Manuel Estrada Pérez es uno de los mejores diseñadores del panorama español actual. Encaminó su vida al arte estudiando arquitectura en el estudio de Román Marlasca, pero no fue mucho más tarde cuando lo abandonaría y decidiera dedicarse de lleno al diseño gráfico, publicitario y editorial, entre otros. Este inicio se produjo a su unión con varias personas creando el colectivo gráfico Sidecar, donde ya empezaría a ganarse un nombre en el mundo del diseño. Más tarde, en 1989 abriría su propio estudio de diseño, actualmente en activo y que se dedica de lleno al Diseño Gráfico, con la creación de portadas, marcas, carteles, etc.

No solo dedica su vida a trabajar en su taller, también imparte varios cursos de enseñanza relacionados con el diseño editorial y del área del diseño. Ha recibido una gran cantidad de premios y reconocimientos que han hecho que actualmente sea, como se ha comentado anteriormente, uno de los diseñadores más importantes de España. Es fundador de DIMAD y presidente de la Bienal Iberoamericana de Diseño.

Su obra se caracteriza por la gran personalidad que refleja. No solo en algunos de sus diseños introduce una tipografía, sino que gracias a sus habilidades creativas, les da vida. Tiene una gran capacidad para desarrollar



Fig 24: Logo Fundación Repsol. Manuel Estrada.

diferentes líneas proyectuales y definir espacios expositivos y comunicativos. Su uso del color es fascinante, arriesga. En simples portadas de libros puede contarte una historia.

Manuel Estrada también es el creador de identidades visuales de la Fundación Repsol, de las portadas de libros de José Saramago, de la nueva colección de bolsillo de Alianza Editorial o de la marca Línea Madrid. Es, por lo tanto, un reconocido narrador gráfico.

## 6. DESARROLLO DE LA GUÍA

### 6.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Al contener tanta información de la provincia de Soria, su historia, así como de cada uno de los elementos de los que se abordan en la guía, llegar a encontrar la información que contendría el trabajo ha sido muy fácil de plasmar y encajar. Además, también se tendría todo el material fotográfico, identidad y material ilustrado, listo para completar la guía.

Buscar la forma en la que queremos mostrarlo, así como encajar todo en el formato correspondiente, es otro apunte a tener en cuenta.

Desde un principio, se quería crear una guía sencilla, pero sin olvidar que, actualmente, queremos facilitar el viaje al viajero usando un medio sencillo, pudiendo ser digital, adaptable a cualquier dispositivos, o a través de un formato impreso, el cual sería adaptable para ser llevado y que no fuese tan pesado y cargante, una guía de mano, la cual contendría a su vez enlaces que conducirán a la página web, o al formato en digital, por ejemplo, para seguir por ambos medios tu viaje a Soria y en los cuales la información estaría más desarrollada y extendida.

Se planteó desde una primera instancia si se quería crear una guía más bien extensa o reducida de texto, dependiendo realmente de lo que quisiéramos contar al viajero. En este caso, no es una guía pesada. La guía únicamente tiene una gran carga lectora en los apartados que hablan de la despoblación e historia de Soria, ya que se requiere para entender lo que se quiere explicar, sin embargo, el resto de secciones, aunque contienen un carácter informativo, son más escuetas, con presencia abrumadora de grandes fotografías e ilustraciones en su mayoría. De hecho, este es realmente el objetivo de la realización de la página web, la carga lectora se encuentra ahí, la información está más ampliada. De este modo, podemos darle más importancia al diseño, fotografías y trabajo gráfico que presenta.



**SORIA EXISTE**

*Un recorrido por la provincia*

Fig 25: Logo principal de "Soria Existe. Un recorrido por la provincia".

SORIA EXISTE  
 SORIA EXISTE  
 SORIA EXISTE  
 SORIA EXISTE  
 SORIA EXISTE  
 SORIA EXISTE

Fig 26: Tipografía usada para nombre principal. Brandon Grotesque Black

Un recorrido por la provincia  
*Un recorrido por la provincia*  
 Un recorrido por la provincia  
*Un recorrido por la provincia*  
 Un recorrido por la provincia  
*Un recorrido por la provincia*  
 Un recorrido por la provincia  
*Un recorrido por la provincia*  
 Un recorrido por la provincia  
*Un recorrido por la provincia*  
 Un recorrido por la provincia  
*Un recorrido por la provincia*

Fig 27: Tipografía usada para lema. Open Sans Italic.

## 6.2. DISEÑO

### 6.2.1. Definición del nombre: Naming

Querer dar visibilidad a la provincia de Soria es un hecho, y con este trabajo, ese es su principal objetivo. Actualmente, nos encontramos inmersos en un mundo en el que únicamente vemos salidas, tanto laborales como vitales en las ciudades. Durante las últimas dos décadas, España ha sufrido un gran cambio, dando lugar al fenómeno que hoy conocemos como "La España Vacía", en el cual Soria, como era de esperar, se encuentra incluida.

Creando este proyecto, se ha querido dar visibilidad a la provincia de diferentes formas: en forma de guía y de forma digital. En cuanto al desarrollo impreso, la guía se muestra de una manera totalmente tradicional. Una guía turística es un conjunto de espacios atractivos que engloban un lugar, en este caso la provincia de Soria, y se muestran de manera atractiva y vistosa, favoreciendo su legibilidad y a que capturemos todos los detalles que contienen.

En la guía actual, llamada *Soria Existe. Un recorrido por la provincia* veremos que se desglosa en varias partes, pero antes, vamos a desarrollar una de las primeras fases del proyecto, el cual es la elección del nombre e identidad visual del trabajo, a lo que bien conocemos como *naming*.

El *naming* o elección del nombre de tu proyecto implica tener creatividad y análisis visual para poder buscar una diferenciación clara de tu trabajo con respecto a los demás y a lo ya existente en el mercado. Se barajaron varias opciones, ya que al tener clara la temática de visibilización de la provincia, el *brain storming* fue bastante amplio, pero una vez analizadas todas las opciones, se eligió el nombre de "Soria Existe", con un pequeño lema de acompañante: un recorrido por la provincia. En este caso el título principal hace referencia a la temática a tratar en la guía, y en segundo lugar el lema, hace referencia a cómo presentamos esa información.

### 6.2.2. Identidad visual

La identidad visual es el conjunto de elementos gráficos, visuales y de texto que tienen la finalidad de mostrar y comunicar el concepto que la identifica. El gran paso a seguir para poder crear una marca reconocible es darle un nombre, ya que será lo que se recuerde al mostrar un proyecto. De este modo, asegurar un buen nombre, va a lograr que se cree una marca duradera y propia que, en ocasiones, pueden cambiar su imagen, pero el nombre seguirá siendo el elemento duradero. En este caso, el nombre de la marca hace referencia a la temática del trabajo "Soria existe. Un recorrido por la provincia".

*Soria Existe, un recorrido por la provincia*, presenta como cabecera de

dicha guía un logotipo identitario. Dicho logo representa un emoticono en forma de bocadillo de color magenta de la gama Pantone. En su interior nos encontramos con una S partida en el lado izquierdo. Debajo de dicho logo, nos encontramos con el nombre del proyecto “*Soria Existe*”, y después un lema: “*un recorrido por la provincia*”. La tipografía utilizada ha sido la misma que la utilizada en la redacción de la guía: para el titular “*Soria existe*”, se ha usado el estilo derivado de las tipografías de los años 20, Brandon Grotisque black, tamaño 20pt; sin embargo para el lema “*un recorrido por la provincia*” se ha utilizado Open Sans Regular Itálica, con un tamaño de 14 pt. El texto se mantiene, junto con el logotipo, creando una composición centralizada.

Sin embargo, este no fue el logotipo definitivo. El logotipo ha ido evolucionando en diversas partes del proceso. Al querer crear varias plataformas digitales vinculadas con la guía, se vió necesario crear una marca de identidad corporativa que pudiera conectar ambos dispositivos. En varios casos, el logotipo iría situado sin el texto que le precede, como en la página web, o bien iría completo, como podemos encontrar en la guía. Las diferentes adaptaciones se podrán visualizar a lo largo del proyecto de trabajo.



Fig. 28: Interior de la guía. Introducción.

### 6.2.3. Interior de la guía

Para poder presentar la información que se expone en la guía de manera ordenada, se han establecido una serie de secciones, entre las cuales, se habla de; las comarcas que conforman la provincia, la gastronomía, cultura y tradición de la misma, del problema que sufre por el tema del éxodo rural y la despoblación, así como un apartado donde se muestran ilustraciones propias de diferentes rincones de la zona. A partir de ese mismo momento, me adentré en la búsqueda de contenidos y redacción de la guía, de tal manera que se intentase crear una guía dinámica, sencilla y visualmente atractiva.

La redacción, en general, se ha extraído de varias fuentes de información procedentes de la provincia de Soria, como por ejemplo páginas web turísticas (Soriantelaimaginas, turismosoria...), o incluso de oficinas de turismo, analizando detenidamente información de cada una de las comarcas o partes de Soria y seleccionando el contenido que queríamos que formase parte y se adaptara a nuestras necesidades.

En cuanto al tema fotográfico, un elemento de gran importancia visual, hay un elevado porcentaje de las imágenes que son propias, ya que se realizó un viaje por la provincia para captar los lugares que más interesaba mostrar. También contiene varias imágenes extraídas de páginas web turísticas de determinadas localidades de la provincia, así como otra partida de imágenes procedentes de consistorios de esas determinadas localidades, o de



Fig. 29: Interior de la guía. Comarcas.



Fig. 30: Interior de la guía. Comarcas.



Fig. 31: Interior de la guía. Comarcas.



Fig. 32: Interior de la guía. Cultura y tradición.

fotógrafos conocidos, siempre buscando la mayor calidad posible en ellas.

Seguidamente, se detalla el contenido de las diferentes secciones que presenta la guía turística que da visibilidad a la provincia:

- **Comarcas.** En primer lugar se habla a rasgos generales de las 8 comarcas que conforman la provincia de Soria. En ellas aparece información genérica de su historia, pueblo, villas o ciudades de interés en cada una de ellas, así como elementos que destaquen de la misma, bien sean parajes o entornos naturales, construcciones arquitectónicas, ubicación... todos aquellos elementos que puedan hacerte ver de alguna manera como es esa zona. Este contenido se multiplica por 8, debido a lo que comentábamos anteriormente.

- **La Provincia.** Este tercer apartado nos muestra uno de los principales motivos de la guía, en la cual nos embarcamos en un tema más candente actualmente y que, de alguna manera, hace diferente este catálogo/guía de viaje de los otros catálogos turísticos; aquí se habla el tema de la despoblación, a grandes rasgos, pero se muestra información de cómo ha ido afectando este fenómeno en la provincia de Soria, del recorte en servicios, educación y la disminución así de empresas, que han hecho de Soria una provincia que sobreviva del turismo, casi en su totalidad. Es cierto que es el factor que más desarrollo ha tenido, por eso durante varias hojas del catálogo, se va a poder comprobar el esfuerzo y avance de la provincia por promocionar y dar a conocer la provincia de esta manera.

- **Rincones:** En este apartado nos encontramos con un total de 10 ilustraciones propias, realizadas a tinta azul, que representan diversos lugares de la provincia. La idea es intentar abarcar otro tipo de técnicas de representación, intentando que la fotografía no acapare toda la información de la guía, y dándole un toque diferente y más artístico a la guía.

- **Cultura y tradición.** En este apartado se muestran algunas de las fiestas y tradiciones más longevas y llamativas de Soria. La estética es similar a la sección en la que se mostraban las comarcas, pero con una distribución diferente. Se presentan un total de 5 festividades que se desarrollan a lo largo de los meses de junio, julio y agosto en la provincia, meses que suelen dar a la provincia más vida y que atrae a mucho turismo nacional. En ellas se pueden comprobar algunos detalles como los trajes típicos de las diferentes localidades, y también como muchas de estas tradiciones son fruto de leyendas e historias.

- **Gastronomía.** Este sería el último apartado que completaría toda la información de la guía. En él podemos observar un pequeño recetario donde

se muestran las comidas más típicas de la provincia de Soria. Entre ellas, destacar sobretodo el torrezno de Soria y las setas, las cuales reciben una gran cantidad de premios y reconocimientos a nivel nacional. Además, en varias localidades de la provincia de hacen concursos de estilo culinario, como por ejemplo la elección del mejor chorizo del mundo o el mejor torrezno.

#### 6.2.4 Formato

Para la realización del diseño de páginas, se han tenido en cuenta aspectos como: el dinamismo de las páginas, el uso de fotografías acordes a la información que se expone, el contraste tonal, la tipografía y la buena legibilidad y peso de ambas partes (texto e imagen). Seleccionar el formato adecuado para nuestra guía es el primer paso a definir antes de diseñarla, ya que debemos escoger el formato que mejor se adapte al mensaje a transmitir teniendo en cuenta que tendremos que incluir texto e imágenes.

Es importante recordar que el diseño gráfico que vamos a plasmar debe ser coherente con el contenido que queremos comunicar mientras que el formato está directamente relacionado con la utilidad del producto. El formato vertical es el más utilizado, es de fácil manejo y sugiere acción moderada, movimiento y funcionalidad. En este caso las dimensiones seleccionadas son en tamaño A5 (14,8 X 21 cm). También debemos tener en cuenta el tamaño real de la guía. En este caso es de un tamaño medio, ni muy pequeño ni muy grande. Inspira sentido ornamental, robustez y potencia, una guía tradicional y cargada de información.

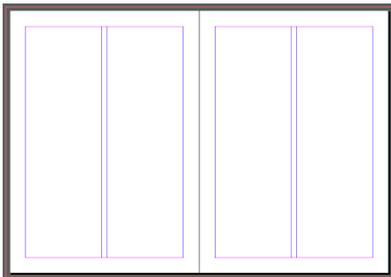


Fig. 33: Retícula 2 columnas

#### 6.2.5. Retícula

Una vez ha recogido toda la redacción, así como material gráfico y visual listo, era momento de comenzar a investigar y diseñar como se quería presentar la información, de este modo, se procedió a realizar una investigación en base a los tipos de maquetaciones que podrían encajar mejor, así como el diseño de una retícula adecuada.

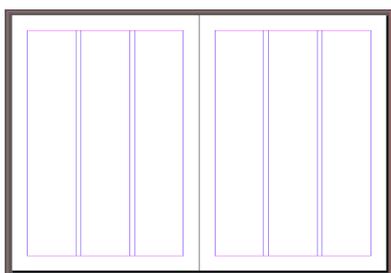


Fig. 34: Retícula 3 columnas

La retícula consiste en una serie de guías imaginarias que permiten la perfecta distribución de la información en el espacio que vamos a trabajar. Éstas líneas son directrices para la alineación de los elementos como solución a problemas visuales que pueden surgir a la hora de componer. En el diseño, en este caso, en el proyecto editorial, sirve para ayudarte a organizar la información y como marco en la composición para crear. Sus principales funciones son: dar orden y claridad, un buen manejo del espacio y la superficie de trabajo, a través de la jerarquización de los componentes, dar prioridad al punto focal de la composición... Es decir, mostrar un balance.

Al principio del diseño, se apostó por una retícula jerárquica, buscando

de una manera óptica que la disposición de texto y de imágenes sea intuitiva en diferentes posiciones creando una sensación de espontaneidad armónica. Sin embargo, resultaba complicado poder hacer este orden de una manera sencilla, y lo que se quería con la guía era mostrar una redacción sencilla y que no complicase al lector, por lo que finalmente la guía se ha resuelto con una retícula de columna, usando dos o tres columnas al bosquejar la composición. De esta manera la disposición del texto sería mucho más ordenada y las imágenes y elementos gráficos darían más coherencia a la composición. Es el tipo de retícula más utilizada en guías, catálogos y revistas, ya que permite tanto texto e imágenes por igual, con una fluidez importante en la información.

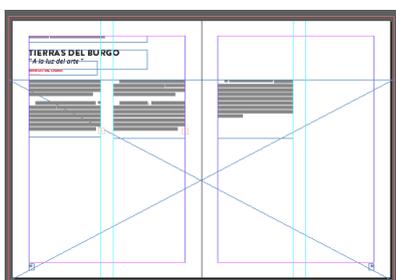


Fig 35: Diseño previo maquetación de la guía.

A continuación, se muestran los diseños realizados de cada una de las retículas. La retícula con columna doble presenta 12,7 mm en cada uno de los cuatro márgenes, con un medianil de 4,2 mm y un sangrado de 4 mm de grosor. El patrón se repite con con la retícula triple, siendo los modelos más usados en la guía, aunque hay varias páginas que muestran medidas y diseños especiales.

#### 6.2.6. Maquetación

Durante la realización de esta guía, en primera instancia he querido cumplir con dos objetivos: velocidad y orden. Una de las formas de trabajo que he llevado a cabo ha sido el de dividir la guía en secciones, dándole de este modo, o más bien, aumentar de este modo, el grado de atractivo gráfico del catálogo. En cada una de las secciones se va a poder comprobar el grado de creatividad que he llevado a cabo, trabajando con diferentes tipografías, fuentes y títulos, colores, imágenes o símbolos, como si cada una de estas páginas fuese un tipo de cubierta.

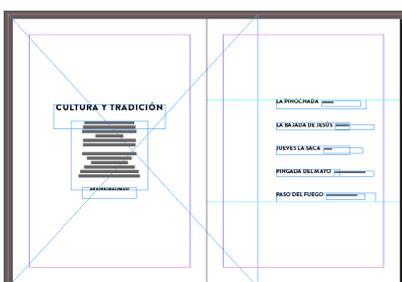


Fig 36: Diseño previo maquetación de la guía.

La cuadrícula de maquetación ha ido variando a medida que ha ido creándose el proyecto. Al comenzar, únicamente me basaba en la básica plantilla que el programa me facilitaba, sin embargo y tras ir descubriendo el tipo de guía que se quería conseguir, se han ido introduciendo nuevos esquemas y estructuras de construcción que llegasen a ser atractivas y lo más importante, que fuesen legibles, que coordinasen y que estuviesen bien conectadas con todos los elementos de las páginas. Finalmente, el resultado es una maquetación dinámica, intercambiando con frecuencia la posición de imágenes grandes con imágenes más pequeñas, así como la adaptación del texto en sus respectivas páginas.

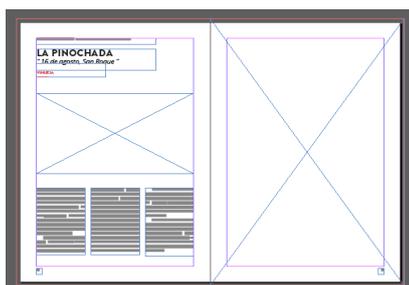


Fig 37: Diseño previo maquetación de la guía.

Las fotografías seleccionadas deben tener coherencia a la hora de hacer un catálogo y se ha querido seguir esa misma línea creativa en el mismo. He intentado mostrar imágenes de gran calidad en el recorrido por la provincia de Soria, indicando en cada sección imágenes del respectivo lugar del que

**BRANDON GROTESQUE**A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z

BRANDON THIN	BRANDON MEDIUM
BRANDON THIN ITALIC	BRANDON MEDIUM ITALIC
BRANDON LIGHT	BRANDON BOLD
BRANDON LIGHT ITALIC	BRANDON BOLD ITALIC
BRANDON REGULAR	BRANDON BLACK
BRANDON REGULAR ITALIC	BRANDON BLACK ITALIC

Fig. 38: Fuente Brandon Grotesque

**OPEN SANS**A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z

OPEN SANS LIGHT	OPEN SANS SEMIBOLD ITALIC
OPEN SANS LIGHT ITALIC	OPEN SANS BOLD
OPEN SANS REGULAR	OPEN SANS BOLD ITALIC
OPEN SANS ITALIC	OPEN SANS EXTRABOLD
OPEN SANS SEMIBOLD	OPEN SANS EXTRABOLD ITALIC

Fig. 39: Fuente Open Sans



Fig. 40: Imagen detalle de los remates de la fuente Brandon Grotesque

hablaba, explorando diferentes encuadres, cortes y texturas. El catálogo debe de ser versátil y de ese modo que resuelva fácilmente las necesidades, cumpliendo su objetivo. También es importante mostrar que tipo de marca somos. La forma en la que está hecha dice mucho del diseñador. El catálogo representa a la empresa marca o a mí mismo.

Una de las cosas que más se han valorado en la guía han sido: las imágenes y la tipografía. Para mí la tipografía ha supuesto el 60% del catálogo. La tipografía habla por ti en el catálogo, por eso una buena fuente habla por el diseñador o creador del catálogo.

**6.2.7. Tipografía**

A la hora de poder seleccionar la tipografía perfecta para nuestro proyecto, además del tipo de fuente, debemos darnos cuenta del formato, bien sea catálogo, cartel, etc. como el soporte en el que queremos realizarlo. Esta gran capacidad comunicativa de la tipografía y su buena legibilidad puede variar según el soporte. Se han realizado pruebas de impresión para poder analizar la tipografía tanto en formato digital como impreso. En muchas ocasiones puede variar y debemos modificarla a la hora de pasarla a estado físico. También debemos tener en cuenta la extensión del texto para poder así favorecer y facilitar la lectura

Seleccionar una tipografía adecuada y acertada es, en definitiva, uno de los elementos más importantes a la hora de realizar un diseño editorial. Es, por así decirlo, el cuerpo del trabajo. Otorga también un carácter de creatividad y expresión. A la hora de elegir bien el tipo de tipografía que queremos usar, hay que determinar una serie de aspectos, como el tipo de audiencia a la que nos dirigimos, el tipo de mensaje, su extensión, así como el soporte en el que irá impresa (si es que se quiere imprimir).

En la guía de viaje “Soria Existe. Un recorrido por la provincia”, han sido seleccionadas dos tipografías corporativas: en primer lugar se ha utilizado Brandon Grotesque, una fuente geométrica de palo seco inspirada en las corrientes artísticas de los años 20 y 30. Presenta suavidad y calidez a pesar de su geometría. Uno de los elementos destacados de esta fuente es la presencia de esos vértices redondeados que rompen la formalidad de la tipografía. Ha sido utilizada sobre todo para titulares y resaltos, otorgando fuerza y sensibilidad.

Así mismo, la tipografía seleccionada para el contenido más pesado de la guía ha sido Open Sans. Esta fuente se caracteriza por ser de palo seco, al igual que la anterior comentada, recta, de formas abiertas y neutrales y es perfecta para ser usada en impresiones. Dentro de sus estilos, se han usado variaciones como regular (para el texto), y bold o bold itálica para pequeñas anotaciones y resaltos de interés en la lectura.

### 6.2.8. Estética

Pensar en la imagen que queremos dar, por ejemplo, con nuestra marca, es la misma que cuando se decide crear el interior de un proyecto, en este caso, de la guía. Normalmente, el diseño que presentan suele ser bastante dinámico, didáctico y atractivo para el lector. Es una manera de llamar su atención e invitarlo a su entretenimiento durante su viaje.

La guía que a continuación se muestra es muy tradicional, esa era la línea gráfica desde el principio. No es una guía típica, ya que una de las maneras en las que se quería mostrar era rompiendo esa cotidianidad en las guías que actualmente tenemos en el mercado. Esta guía es informativa, no muestra mapas o elementos didácticos que interactúen con el lector. De ese modo, la estética que se quiere mostrar es atractiva, poco recargada de información; siendo clara y concisa, con un patrón fotográfico de calidad. Podríamos decir que “menos es más”.

### 6.2.9. Cubierta

Tras la previa creación de la identidad visual de la guía y previa disposición de información dentro de la misma, se barajaron varias opciones como posibles cubiertas de la guía. Desde un principio se quería usar la marca corporativa creada, como elemento identificativo de la guía, pero aún era necesario cubrir otros aspectos de la cubierta, como la contraportada, el lomo o donde ubicar ese diseño dentro de la portada.

La idea era crear una portada sencilla, por lo que simplemente se realizaron diferentes disposiciones de la marca en la parte delantera, siendo la posición central la más adecuada, con el logotipo, nombre y lema del proyecto. El lomo únicamente contendrá el sello identificativo, nombre y lema del proyecto, dispuesto en forma vertical. La contraportada ha sido completada con un estampado único creado con la plantilla del logotipo de la marca: la repetición del símbolo de bocadillo con bordes rosas en posición diagonal, de modo que se crearía un horror vacui en la parte de la contraportada, dándole una mínima transparencia para que de ese modo, al girar la guía y situarte en la portada, el logotipo principal no pierda sino gane más importancia.

El formato utilizado ha sido de las mismas medidas que el resto del catálogo presenta, tamaño A5 (14,8 x 21 cm), pero con el diseño de la cubierta como un solo documento, el resultado de dimensiones sería el siguiente: 30,3 x 21 cm. La dimensión real sería 29,6 x 21 cm, sin embargo se le añaden 7 mm adicionales de lomo y 4 mm de sangrado. La parte de la contraportada permanece en blanco, con lo cual no se incluyen imágenes de esa parte de la encuadernación.

Como resultado final, se ha utilizado para la cubierta un papel Creator



Fig. 41: Imagen detalle del lomo de la cubierta

Silk de 300 gr liso y para el interior de la guía, algo con menos grano, un papel Glossy con brillo de 150 gr. Al principio hubo varias dudas acerca de la elección entre brillo o mate, pero finalmente tanto la cubierta como las páginas interiores muestran un revestimiento brillante en la superficie, plasmando de esta manera mucho mejor el detalle. Se mandó imprimir en el estudio Luis de la Hoz, Artes Gráficas, en Valencia.



Fig. 42: Diseño digital de la cubierta

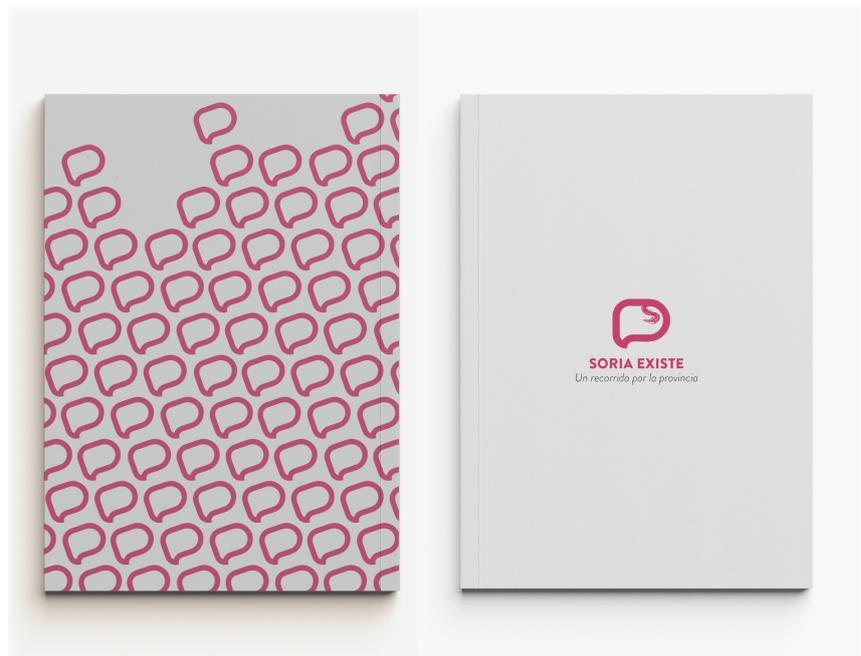


Fig. 43: Cubierta Soria Existe (izquierda contraportada, derecha portada)

Fig. 42: Diseño interior página web: Inicio.

## 6.3. ADAPTACIÓN WEB

### 6.3.1. Espacio web

Una de las formas entre las cuales se quería que la guía trascendiera de otra manera, fue creando una página web o aplicación móvil. Se decidió crear una página totalmente similar a la guía de viaje anteriormente creada. Los apartados son semejantes, la información se encuentra más ampliada, así como el uso de fotografías, tipografías y enlaces a otros apartados de interés.

Ha sido creada de tal manera para que su interacción sea lo más fácil posible, clara y dinámica. Para lograr destacar entre todas las plataformas existentes, es importante transmitir bien el mensaje, con elementos visuales potentes y de una manera llamativa y de calidad. No solamente se buscaba diseñar una web, también se quería mostrar su interacción, por lo que esta web está programada y creada para su uso. Se utilizaron varios programas para su creación: en primer lugar con el uso del programa de Adobe XD se diseñó la posible web. Posteriormente, se intentaría crear, usando varios programas de programación, aquí ya se pasaría a esa segunda fase: programar y hacer real nuestra página web. Usando HTML5, CSS y JavaScript se consiguió hacer un prototipo lo más semejante a la idea principal y creada en Adobe XD.

De este modo, una de las características de esta web, es que está creada de tal manera que pueda adaptarse a todos los dispositivos en los que se visualice, por lo que es una web responsive.

A continuación se adjunta aquí el enlace que conduce a esta web: <http://personales.alumno.upv.es/allorod7>

A parte de esta pequeña ayuda para comprender aún con más claridad los apartados del catálogo, también se ha creado el diseño de una aplicación móvil, adaptada al diseño del catálogo y que conformaría así un conjunto de herramientas para cualquier persona interesada en descubrir Soria.

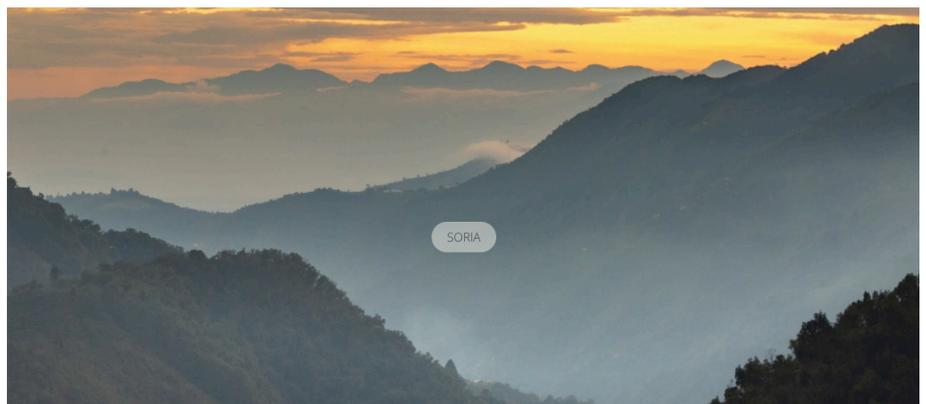


Fig. 44: Diseño interior página web: Inicio.

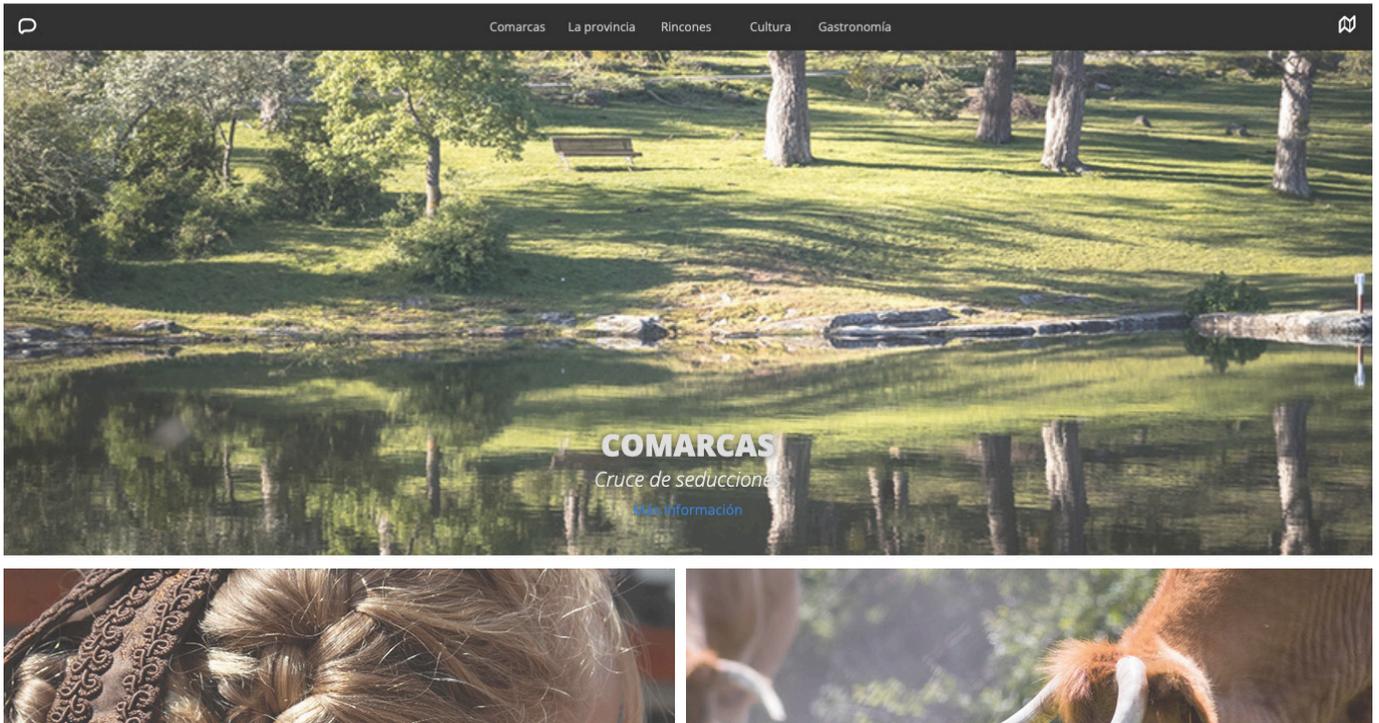


Fig. 45: Diseño interior página web: Secciones.



**Campos de Gómara**  
*Cruce de seducciones*



**La Soria verde**  
*El color perenne*



**Ribera del Duero**  
*Bautizo de vino y agua*



Fig. 46: Diseño interior página web: Comarcas.

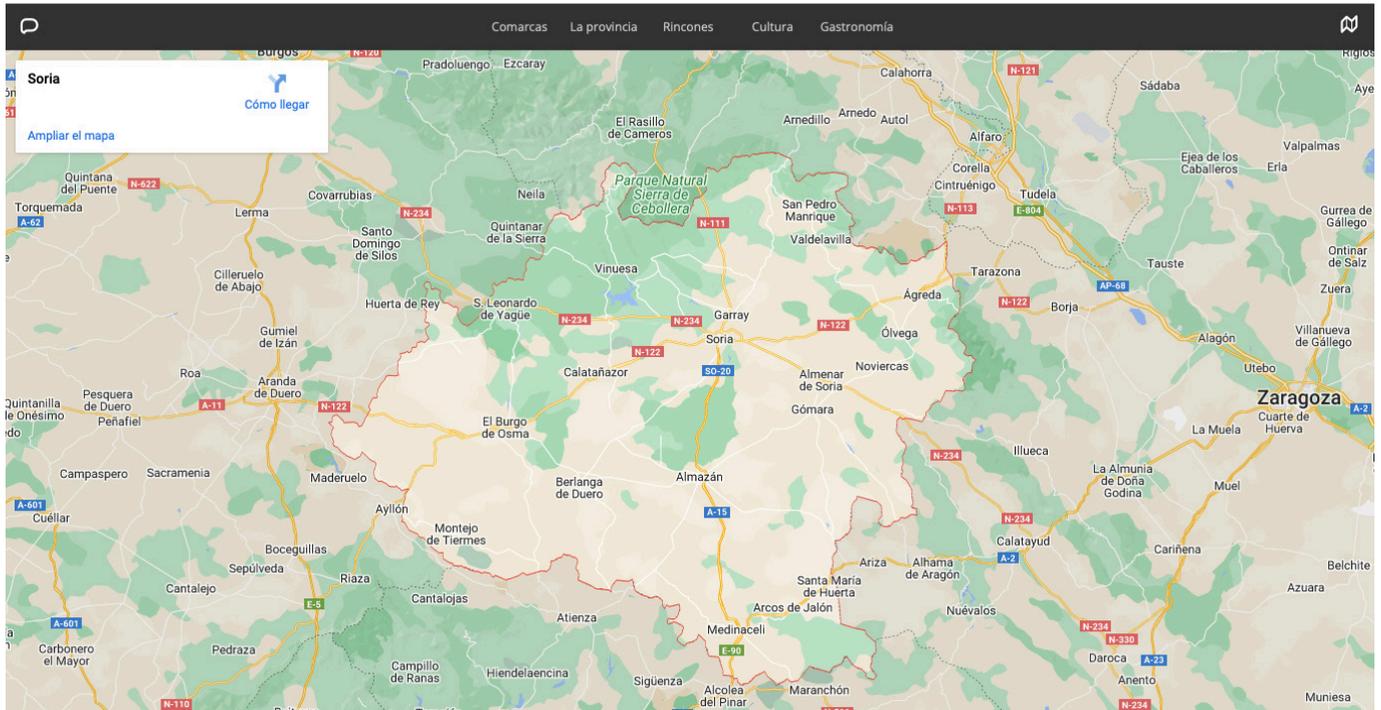
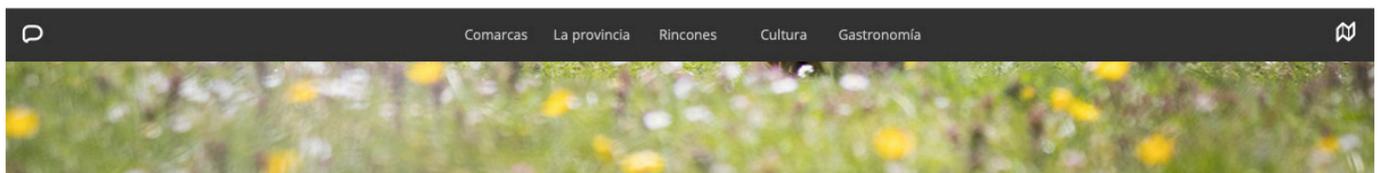


Fig. 47: Diseño interior página web: Mapa.



## LA SORIA VERDE

### Vinuesa

Soria la quisieron y la hicieron verde: intenso de pinar, tardío de roble, entretenido de agua para regar la mancha boscosa más extensa de la península. Esta zona de la provincia, puede presumir de albergar el **parque natural de la Laguna Negra y los Glaciares de Urbión**. Es la tierra de Alvargonzalez, es Urbión, es la cuna del Duero, que tras sus pasos cruza hermosos pueblos de piedra y parajes de inigualable belleza. Muchas son las leyendas y relatos que recorren el pasado de esta tierra. Memorias de fertilidad y cosechas, romances contados a la luz de la lumbre, historias de asesinatos, oscuras aguas de laguna sin fondo...

Enclavada en una de las manchas boscosas más extensas de la península, **Vinuesa** compone uno de los conjuntos más atractivos de la geografía provincial. No solo por encontrarse en el epicentro de una tierra verde, fértil y pródiga en recursos naturales, sino porque esta localidad que un día fuera descanso y esparcimiento de nobles y reyes concentra algunos de los mejores ejemplos de arquitectura noble y popular. No en vano, la Villa a orillas del **Embalse de la Cuerda del Pozo**, próxima a la Laguna Negra y los **Picos de Urbión**, ha sido bautizada con el sobrenombre de Corte de los Pinares.



Fig. 48: Diseño interior página web: Comarcas.

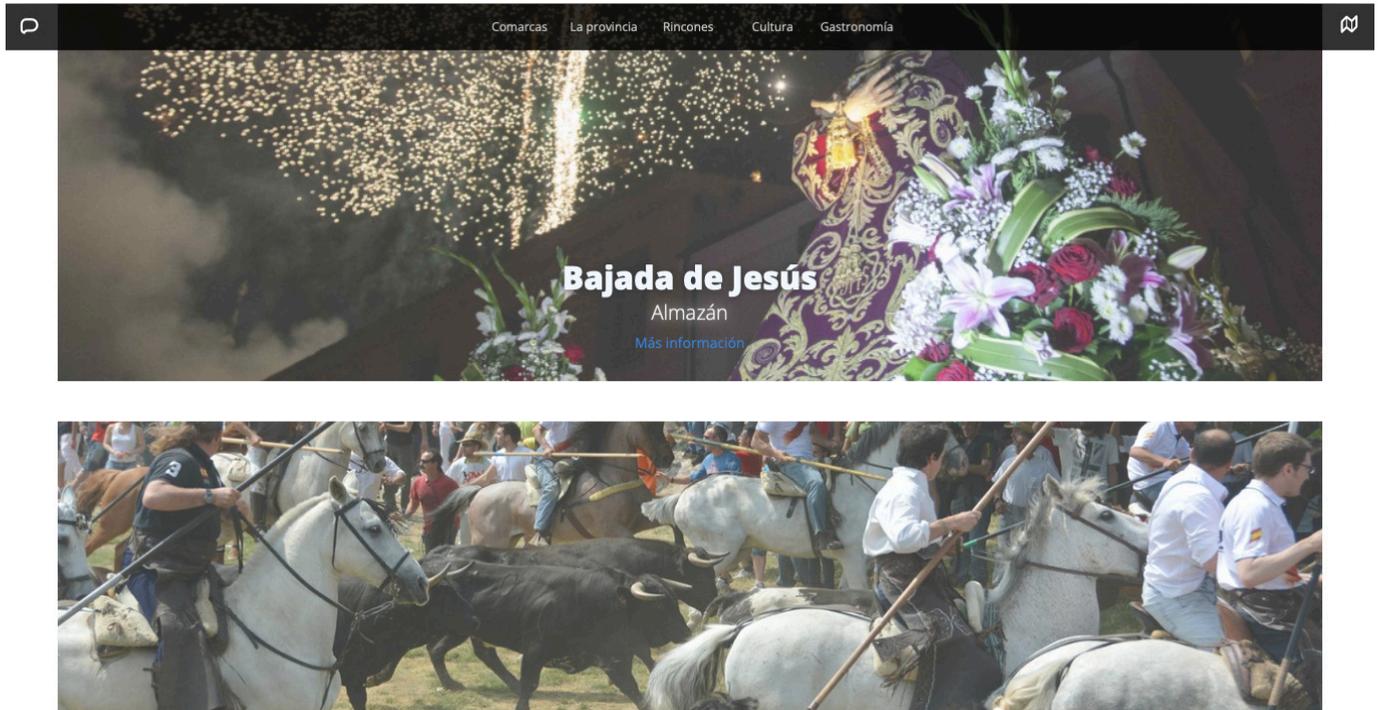


Fig. 49: Diseño interior página web: Cultura y tradición.

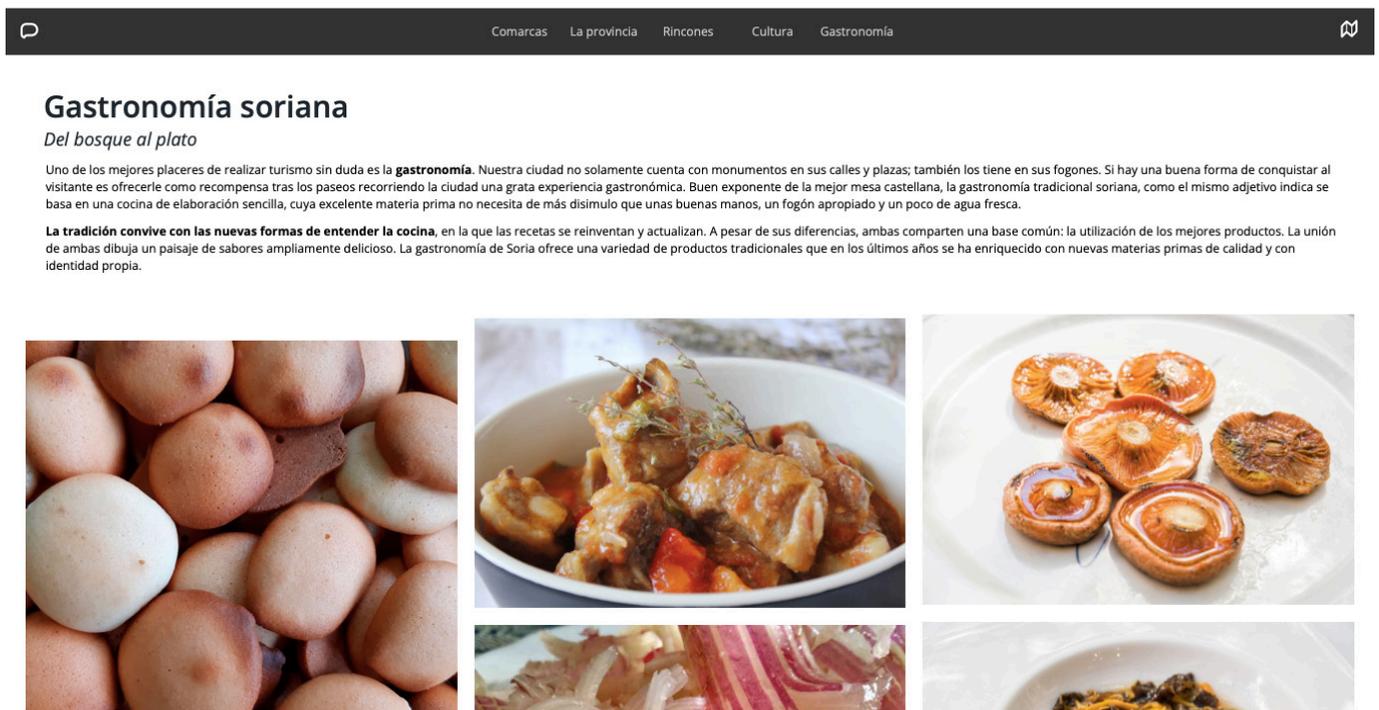


Fig. 50: Diseño interior página web: Gastronomía.

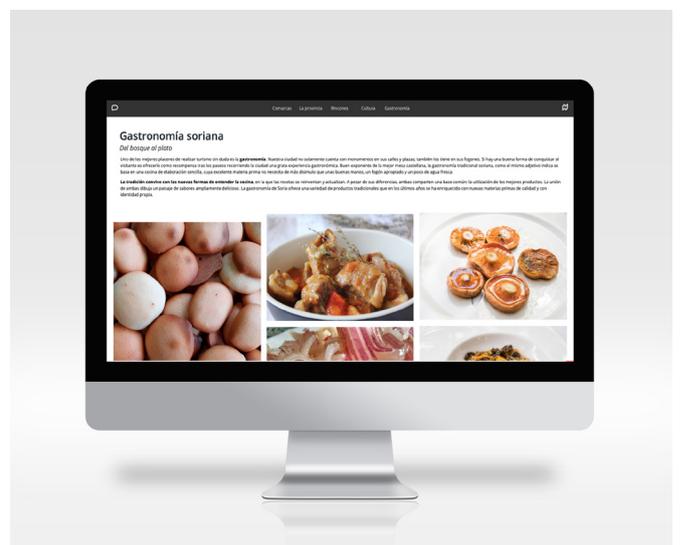
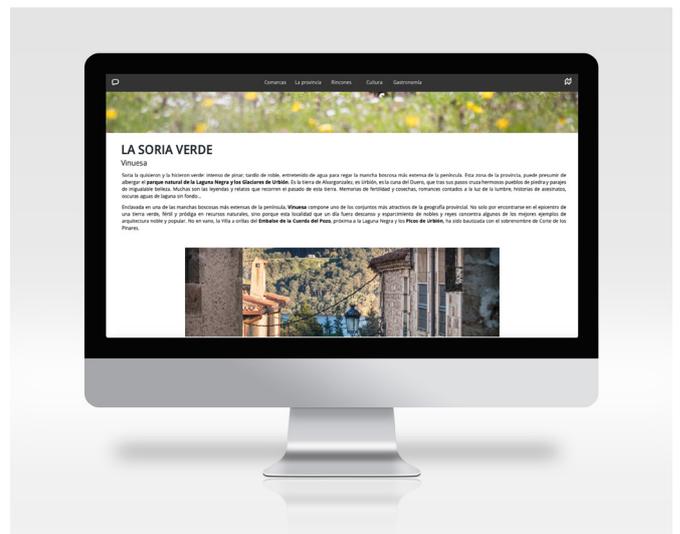
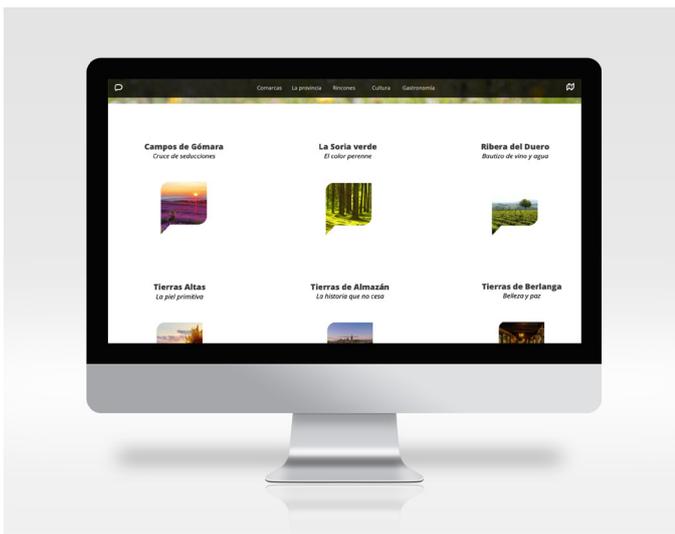


Fig. 51: Diseño interior página web entrada.

Fig. 52: Diseño interior página web secciones.

Fig. 53: Diseño interior página web comarcas.

Fig. 54: Diseño interior página web .

Fig. 55: Diseño interior página web inicio.

### 6.3.2. App

Es una evidencia que, actualmente, nos encontramos en una sociedad repleta de tecnología y avances. El sector de la tecnología y la innovación ha llamado la atención de diseñadores y programadores. Durante este proyecto, se barajó la posibilidad de ir más allá e intentar crear un diseño o boceto del prototipo que supondría la creación de una aplicación ligada al catálogo. En él se mostraría la misma información que en la guía, aunque tendría otra función: interactuar con los lectores y que se convirtiera en un soporte didáctico. De este modo, a parte de la información ya mencionada tanto en la guía como en la página web, se incluirían actividades, rutas de senderismo e incluso recomendaciones de lugares de hospedaje para los turistas, así como restaurantes o bares. Este diseño sería adaptable a todos los dispositivos digitales.

A continuación se ha creado ese diseño interactivo de cómo sería esa supuesta aplicación móvil. La idea es adaptar su contenido y diseño a la calidad que muestra la guía o página web, con sus respectivas secciones y con la finalidad de que se convierta en un medio didáctico e interactivo, del tema que plantea: la visibilización de la provincia de Soria.

El icono oficial sería el creado para la guía, pero con modificaciones en el color. Funciona como icono en la barra de navegación junto a varios botones con las respectivas secciones. Además, la tipografía utilizada ha sido Open Sans, la misma que la de la guía y la página web, entrelazando regular y bold en varias ocasiones. Así mismo, durante el proceso, se ha generado un prototipo interactivo, en el que se muestra la interacción de esa posible aplicación web. Ha sido en forma de MPV24, el cual demuestra que el prototipo podría ser adaptable y factible a largo plazo.



Fig. 56: Diseño prototipo de interacción en Adobe XD

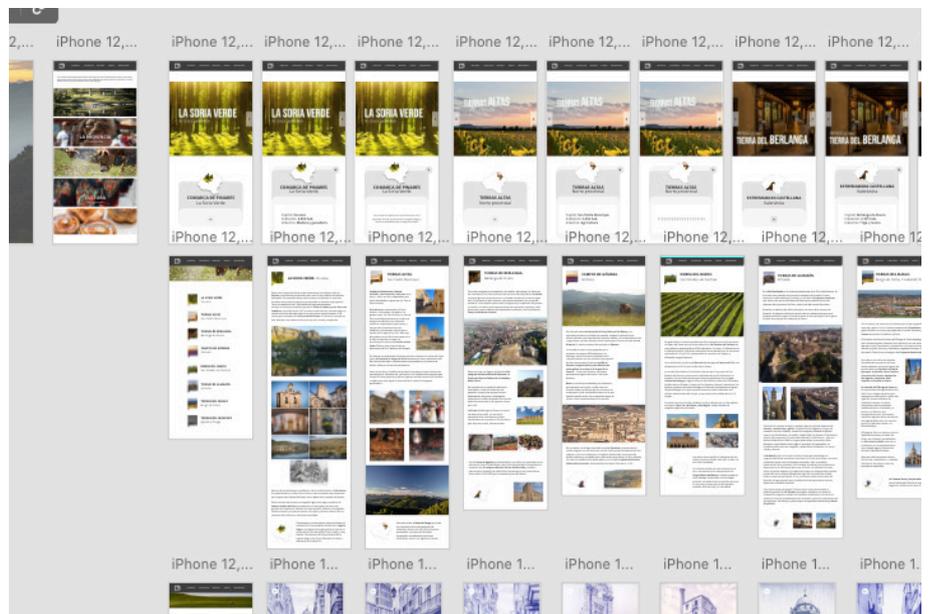


Fig. 57: Diseño prototipo de interacción en Adobe XD

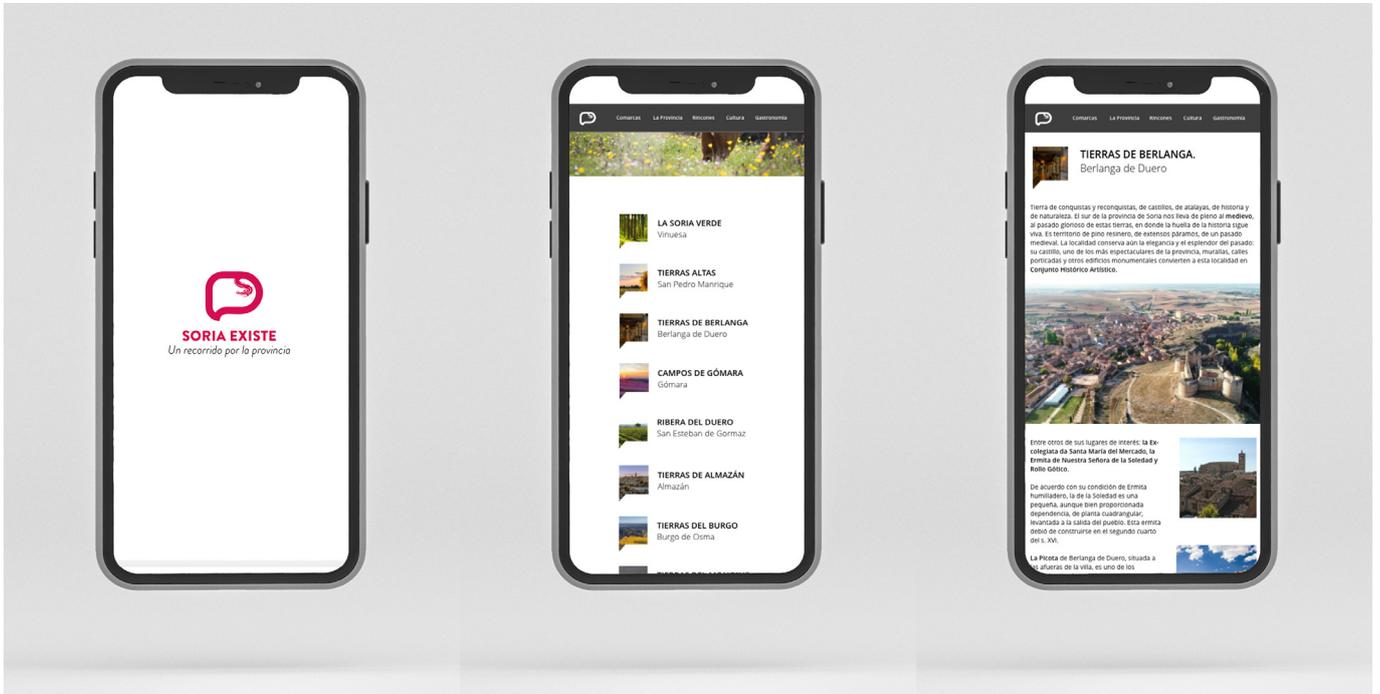


Fig. 58: Prototipo App Inicio

Fig. 59: Prototipo App Comarcas

Fig. 60: Prototipo App Comarcas

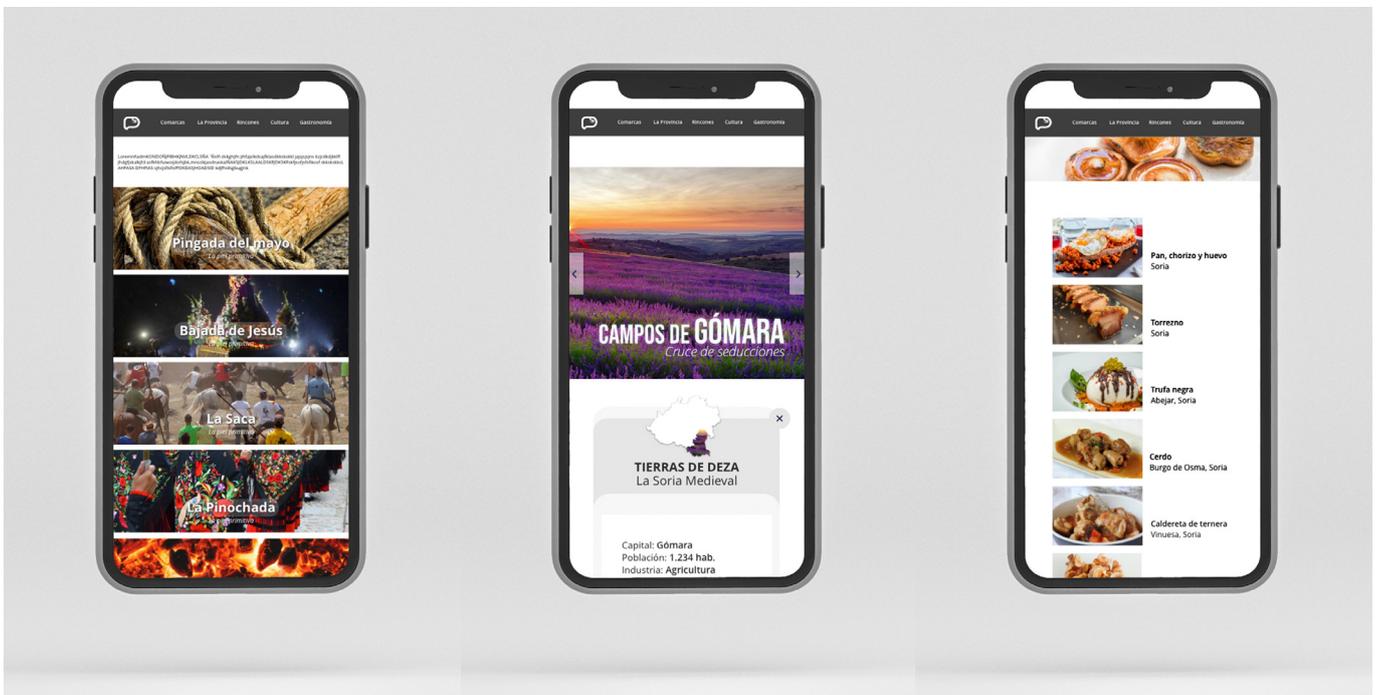


Fig. 61: Prototipo App Cultura

Fig. 62: Prototipo App Comarcas

Fig. 63: Prototipo App Gastronomía

## 7. RESULTADO FINAL



Fig. 64: Cubierta final.



Fig. 65: Cubierta final.



Fig. 66: Cubierta final.



Fig. 67: Interior de la guía.



Fig. 68: Interior de la guía.



Fig. 69: Interior de la guía.



Fig. 70: Interior de la guía.



Fig. 71: Interior de la guía.



Fig. 72: Interior de la guía.



Fig. 73: Interior de la guía.



Fig. 74: Interior de la guía.



## 8. CONCLUSIÓN

Desde el primer momento en el que se planteó el proyecto, se concebía como un catálogo turístico de la provincia de Soria. La idea era representar los típicos puntos que se abordan en este tipo de revistas, con sus determinados mapas, rutas, distancias, lugares de interés... Sin embargo, el proyecto dió un giro. Se reflexionó acerca del problema que sufre la provincia con el tema de la despoblación, pérdida de empleo y éxodo rural. No se quería hacer un llamamiento, más bien, visibilizar esta situación. Crear una guía, de formato más pequeño que un catálogo, que iría de acompañante del turista en su recorrido por la provincia. Una guía informativa de puntos importantes de cada una de las comarcas, como ha sufrido y sufre la misma por este fenómeno eminentemente rural, así como costumbre y tradiciones que a día de hoy todavía siguen en pie.

La diferencia entre este tipo de guía y las otras es su finalidad. No es una mera guía turística donde visitar los pocos sitios turísticos de la provincia, o mejor dicho, una guía más de la provincia, ya que todas mantienen una estética y carácter informativo muy similar. La idea con esta guía es informar de lo que la provincia ofrece viéndola desde un punto más vulnerable, abordando temas atípicos y que a día de hoy parecen tabú, pero que podrían acabar con el turismo en Soria.

En cuanto a la realización de la pequeña revista, se ha investigado en varios campos de las artes, bien sea el diseño gráfico, el diseño editorial, así como en la ilustración. Eso ha hecho que pudiese poner en práctica todos los conocimientos aprendidos durante la carrera y plasmarlo de una forma atractiva y lo más importante: con una finalidad. Se estudiaron los tipos de tipografía más acorde al proyecto, el formato, el tipo de fotografías a utilizar... Crear un trabajo limpio y de calidad dice mucho del artista que lo ha creado.

La investigación fotográfica fue bastante abrumadora. Se investigó en muchas oficinas de turismo, ayuntamientos e incluso mías propias. También se realizó una búsqueda de estudios gráficos que tuviesen material gráfico de ese calibre y pudieran orientarme en ese aspecto.

Tras la idea principal de guía, se pensó que, de alguna manera, se podría adquirir en formato digital, por lo que se aprovechó una de las asignaturas de cuarto curso para crear una posible página web de la guía, donde la información estuviese más extendida y con mayor material visual. De este modo la guía sería mucho más visual y si se quisiera más información de la que ella aporta, se podría consultar la página web mediante un código qr en la parte trasera de la guía. De esta manera se creó una identidad visual,

para de algún modo, unificar varios soportes en relación al catálogo y así intentar crear una marca de visibilización de la zona.

Muchas han sido las ideas para desarrollar este proyecto, inacabado actualmente, con elementos aún por mejorar y profundizar, que esperan en un futuro ser desarrollados y que cumplan la función por la cual han sido usados.

## 9. REFERENCIAS

- BAINES, P; HASLAM, A. *Tipografía: función, forma y diseño*. México: Gustavo Gili, 2002.
- BALIUS, A. *Usos de la tipografía en el diseño editorial*. Barcelona: Index Book, 2003.
- BANDRÉS, E; AZÓN, V. *La despoblación de la España interior*. Madrid: Funcas, 2021.
- BIERUT, M; HELFAND, J; HELLER, S; POYNOR, R. *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Valencia: Ediciones Infinito, 2001.
- CARRERE, A. *Retórica tipográfica*. Valencia: Editorial UPV, 2009.
- GIMENO, P. *Pepe Gimeno. 25 años de Diseño Gráfico*. Valencia: Experimenta Ediciones de Diseño, 1999.
- GUÍA DE SORIA. *Camino Soria*. Disponible en: <https://guiadesoria.es/agenda-cultural/fiestas-y-tradiciones.html> [Consulta: 16 de mayo de 2022]
- KING, S. *Diseño de revistas. Pasos para conseguir el mejor diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- MARSHALL, H. *Diseño fotográfico. Como preparar y dirigir fotografías para el Diseño Gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili.
- RAMBLA, W. *Juan Nava. Disseny gràfic per a comunicar. Imatge i tipografia*. Castellón: Universitat Jaume I. Diputació Castelló, 2004.
- SORIA, EL NÚCLEO DE LA DESPOBLACIÓN. *El Mirón de Soria*, 16 de febrero de 2021. Disponible en: <https://elmirondesoria.es/provincia/noticias/soria-en-el-nucleo-duro-de-la-despoblacion-segun-funcas>. [Consulta: 16 de mayo de 2022]

- TERRANOSTRUM. Disponible en: <https://www.terranostrum.es/turismo/soria/soria-y-alfoz/soria-capital/1?distancia=10>. [Consulta: 20 de mayo de 2022]

- *TURISMO SORIA*. Disponible en: <https://www.turismosoria.es/conoce-soria/un-poco-de-historia/>. [Consulta: 20 de mayo de 2022]

- WEBWE, M. *Nuevas tendencias en maquetación y diseño editorial*. Barcelona: Maomao Publications, 2010.

- WIKIPEDIA: *Guía turística*. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Gu%C3%ADa\\_tur%C3%ADstica](https://es.wikipedia.org/wiki/Gu%C3%ADa_tur%C3%ADstica) [Consulta: 19 de junio de 2022]

## 10. ÍNDICE DE FIGURAS

• Figura 01: Ermita de San Saturio (Soria) .....	9
• Figura 02: Vista de la Laguna Negra de Urbión .....	10
• Figura 03: Castillo de Berlanga de Duero .....	10
• Figura 04: Iglesia parroquial de Nuestra Señora del Pino Vinuesa .....	10
• Figura 05: Iglesia de San Miguel de San Esteban de Gormaz .....	11
• Figura 06: Vista aérea de Ágreda .....	11
• Figura 07: Galería porticada de la iglesia de San Miguel de San Esteban de Gormaz .....	11
• Figura 08: Catedral de la Asunción de El Burgo de Osma .....	11
• Figura 09: Puerta de la Villa. Almazán .....	12
• Figura 10: Vista aérea de la pedanía de El Quintanarejo, al norte de la provincia .....	12
• Figura 11: Imagen de pastos a orillas del río Duero .....	12
• Figura 12: Bandera del movimiento “Soria Ya” .....	12
• Figura 13: Manifestación de Soria Ya en Madrid .....	13
• Figura 14: Guía turística vacacional de Valencia .....	16
• Figura 15: Ruta de Alvargonzalez. Folleto de senderismo .....	16
• Figura 16: Interior catálogo de productos “Expormin”, Dídac Ballester ....	17
• Figura 17: Interior catálogo de productos “Expormin”, Dídac Ballester ....	17
• Figura 18: Catálogo de la exposición “No solo mires. Escucha”. Pepe Gimeno .....	17
• Figura 19: Catálogo de la exposición “No solo mires. Escucha”. Pepe Gimeno .....	17
• Figura 20: Cartel exposición Un Passeig per la Història. Pepe Gimeno .....	18
• Figura 21: Proceso de creación marca Corts Valencianes. Pepe Gimeno ..	18
• Figura 22: Marca Benicarló, Cuina autèntica. Pepe Gimeno .....	18

• Figura 23: Catálogo de la exposición “Sonoridad interna”. Pepe Gimeno .	18
• Figura 24: Logo Fundación Repsol. Manuel Estrada .....	19
• Figura 25: Logo principal de “Soria Existe. Un recorrido por la provincia”	20
• Figura 26: Tipografía usada para nombre principal. Brandon Grotesque .	20
• Figura 27: Tipografía usada para lema. Open Sans Italic .....	20
• Figura 28: Interior de la guía. Introducción .....	21
• Figura 29: Interior de la guía. Comarcas .....	21
• Figura 30: Interior de la guía. Comarcas .....	21
• Figura 31: Interior de la guía. Comarcas .....	22
• Figura 32: Interior de la guía. Cultura y tradición .....	22
• Figura 33: Retícula con 2 columnas .....	23
• Figura 34: Retícula con 3 columnas .....	23
• Figura 35: Diseño previo maquetación de la guía .....	24
• Figura 36: Diseño previo maquetación de la guía .....	24
• Figura 37: Diseño previo maquetación de la guía .....	24
• Figura 38: Fuente Brandon Grotesque .....	25
• Figura 39: Fuente Open Sans .....	25
• Figura 40: Img. detalle de los remates de la fuente Brandon Grotesque ..	25
• Figura 41: Imagen detalle del lomo de la cubierta .....	26
• Figura 42: Diseño digital de la cubierta .....	27
• Figura 43: Cubierta Soria Existe (izquierda contraportada, derecha portada) .....	27
• Figura 44: Diseño interior página web: Inicio .....	28
• Figura 45: Diseño interior página web: Secciones .....	29
• Figura 46: Diseño interior página web: Comarcas .....	29
• Figura 47: Diseño interior página web: Mapa .....	30
• Figura 48: Diseño interior página web: Comarcas .....	30
• Figura 49: Diseño interior página web: Cultura y Tradición .....	31
• Figura 50: Diseño interior página web: Gastronomía .....	31
• Figura 51: Diseño interior página web entradilla .....	32
• Figura 52: Diseño interior página web secciones .....	32
• Figura 53: Diseño interior página web comarcas .....	32
• Figura 54: Diseño interior página web .....	32
• Figura 55: Diseño interior página web inicio .....	32
• Figura 56: Diseño prototipo de interacción en Adobe XD .....	33
• Figura 57: Diseño prototipo de interacción en Adobe XD .....	33
• Figura 58: Prototipo App Inicio .....	34
• Figura 59: Prototipo App Comarcas .....	34
• Figura 60: Prototipo App Comarcas .....	34
• Figura 61: Prototipo App Cultura .....	34
• Figura 62: Prototipo App Comarcas .....	34
• Figura 63: Prototipo App Gastronomía .....	34
• Figura 64: Cubierta final .....	35
• Figura 65: Cubierta final .....	36

• Figura 66: Cubierta final .....	36
• Figura 67: Interior de la guía .....	37
• Figura 68: Interior de la guía .....	37
• Figura 69: Interior de la guía .....	38
• Figura 70: Interior de la guía .....	38
• Figura 71: Interior de la guía .....	39
• Figura 72: Interior de la guía .....	39
• Figura 73: Interior de la guía .....	40
• Figura 74: Interior de la guía .....	40
• Figura 75: Interior de la guía .....	41
• Figura 76: Interior de la guía .....	41

## 11. ANEXO

El resto del proyecto, donde se muestra la maquetación de la guía en digital, la cubierta y el prototipo de la app, así como el código qr de acceso a la página web está incluido en el documento comprimido junto al documento de la memoria.

Desde este enlace puede accederse a la página web: <http://personales.alumno.upv.es/allorod7>