

TFG

EL DISEÑO EDITORIAL APLICADO A REVISTAS ESPECIALIZADAS IMPRESAS: PROTOTIPO DE LA REVISTA ARTZ

Presentado por María Santa Rubio
Tutor: María Ángeles Parejo Sánchez

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Bellas Artes
Curso 2013-2014



UNIVERSITAT
POLITÀCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

En este TFG hemos querido estudiar el diseño editorial y su clasificación, centrándonos en las publicaciones periódicas impresas y dentro de estas, en las revistas especializadas.

Se trata del desarrollo de una revista en la que su contenido se conformara por las tendencias gráficas emergentes y su influencia en el ámbito del arte, el diseño y la comunicación, encontrando en ella artículos, noticias y entrevistas, con un carácter contemporáneo.

Cada número, tratara de un tema en concreto, siendo la ilustración el tema elegido para el primer número de la revista. Para los dos siguientes números se proponen los temas de la pintura mural y la fotografía.

En lo referente a su periodicidad será mensual, planteando la posibilidad de la creación de números especiales de la revista.

PALABRAS CLAVE

Diseño Editorial, Maquetación, Tipografía, Publicaciones Impresas, Revistas

ABSTRACT

As our final project on the Fine Arts' degree, we've wanted to study the editorial design and their classification, focusing on periodical printed publications and within these, in specialized journals.

It involves a magazine's develop in which contents will be formed with graphics' emergent's trend and its influence in the art world, design and communication, finding in it articles, news and interviews, by a contemporary character.

Each journal issues will be a specific topic, being the illustration the chosen topic for the first journal's issue. For the next following issues, it proposes as a topics, mural painting and photography.

Concerning periodicity will be monthly, considering the possibility of creating special journal's issues.

KEY WORDS

Editorial Design, Layout, Typography, Printed Publications, Magazines

AGRADECIMIENTOS

A mi hermana y mis padres por el apoyo y comprensión que he recibido de ellos en todas mis decisiones.

A Geles Mit por la dirección de este proyecto y su inestimable ayuda.

A Sagri Serrano y Paola Pariente, por compartir conocimientos y frustraciones a lo largo del proceso de trabajo.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	5
3. EL DISEÑO EDITORIAL EN LAS REVISTAS	
3.1. <i>¿Qué es el diseño editorial?</i>	7
3.2. <i>Actualidad del diseño editorial</i>	8
3.3. <i>Clasificación del diseño editorial</i>	9
4. ANÁLISIS DE REVISTAS ESPECIALIZADAS	10
4.1. Españolas	
<i>Neo2</i>	10
<i>d[x]i</i>	12
4.2. Europeas	
<i>Étapes</i>	14
<i>Artlab</i>	15
<i>Grafik</i>	16
4.3. Americanas	
<i>STEP</i>	17
<i>@Issue</i>	18
5. PROCESO DE TRABAJO	
5.1. Concepto e idea	20
5.2. Aspectos conceptuales de la revista	
5.2.1. <i>Naming</i>	20
5.2.2. <i>Temática</i>	21
5.2.3. <i>Público al que va dirigido</i>	21
5.3. Aspectos formales de la revista	
5.3.1. <i>Tipografía</i>	22
5.3.2. <i>Estructura</i>	23
5.3.3. <i>Portadas</i>	24
5.3.4. <i>Contenidos</i>	23
5.3.5. <i>Resultado final</i>	27
6. CONCLUSIONES	29
7. BIBLIOGRAFÍA	31
8. ÍNDICE DE IMÁGENES	33

1. INTRODUCCIÓN

Este Trabajo Final de Grado, titulado “*El Diseño Editorial aplicado a publicaciones periódicas impresas*”, hemos querido estudiar el diseño editorial y su clasificación, centrándonos en las publicaciones periódicas impresas y dentro de estas, en las revistas especializadas.

Analizaremos varios ejemplos de revistas contemporáneas que hayan tenido una repercusión en el campo del arte, diseño y comunicación con la finalidad de poder conocer a qué tipo de público van dirigidas estas publicaciones, a través de qué medios de difusión se distribuyen, que contenidos conforman este tipo de revistas, que estructura utilizan...

A su vez, concluyendo este estudio y haciendo uso de la metodología propia desarrollada en el marco teórico de este TFG, desarrollaremos un proyecto práctico, basado en la creación de una revista, en la que su contenido se conformara por las tendencias gráficas emergentes y su influencia en el ámbito del arte, el diseño y la comunicación, encontrando en ella artículos, noticias y entrevistas, con un carácter contemporáneo.

Cada número, tratara de un tema en concreto, siendo la ilustración el tema elegido para el primer número de la revista. Para los dos siguientes números se proponen los temas de la pintura mural y la fotografía.

En lo referente a su periodicidad será mensual, planteando la posibilidad de la creación de números especiales de la revista.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo fundamental de este Trabajo Final de Gado es la producción de una revista, *Artz*, conformada por diferentes números con la posibilidad de crear un número especial.

Para alcanzar este propósito nos planteamos una serie de objetivos específicos:

- Conocer las diferentes publicaciones de difusión que existen y observar las relaciones entre ellas.
- Encontrar las diferencias y constantes en este tipo de publicaciones.
- Profundizar en el estudio del diseño editorial aplicado a las publicaciones de difusión actuales.

- Producir un diseño actual a partir de las publicaciones estudiadas para producir una revista inédita.

- Valorar los resultados obtenidos y extraer las conclusiones del trabajo realizado para su aplicación en futuras realizaciones artísticas.

La metodología empleada en este proyecto se basa en las herramientas básicas del proceso de creación y el estudio en materia de Diseño Editorial. Hemos partido del estudio de publicaciones impresas que más repercusión han tenido contemporáneamente.

La parte práctica del mismo se desarrollará simultáneamente a la investigación teórica. La conclusión del estudio se expresa en la materialización de la revista *Artz*, compuesta por diferentes números con una periodicidad bimensual. El contenido de *Artz* está conformado artículos, noticias y entrevistas de carácter contemporáneo, que irán cambiando de temática en cada uno de sus números. Se plantea la posibilidad de crear un número especial.

Esta revista va dirigida a un sector especializado dentro del ámbito del diseño y la cultura visual.

En cuanto a la investigación teórica, cabe destacar la bibliografía de mayor relevancia a la que nos remitiremos: Entre estas obras encontramos libros específicos sobre el diseño editorial como *Nuevo diseño de revistas* de Jeremy Leslie, *Diseño Editorial Periódicos y revistas* de Yolanda Zappaterra y *Diseño de revistas* de Chris Foges. También libros que tienen que ver con la tipografía en publicaciones y diseñadores gráficos como *Typo Mag* de Laura Meseguer y *Graphic design for the 21st century : 100 of the world's best graphic designers* de Charlotte y Peter Fiell¹ Otros libros consultados han sido *El diseño gráfico : una historia abreviada* de Richard Hollis, *Diseño gráfico: nuevos fundamentos* de Ellen Lupton, *Sin briefing : proyectos personales de diseñadores gráficos* de John O'Reilly, *El diseño gráfico : una historia abreviada* de Richard Hollis y *100 revistas clásicas de diseño gráfico* de Steven Heller y Jason Godfreyd.

Hablamos de estas dos partes siempre conectadas definiendo el proyecto como un estudio teórico-práctico, pues la unidad de estas partes es indispensable para la correcta producción y realización del trabajo.

¹ Al citarse, los textos consultados en versión original han sido traducidos por la autora

3. EL DISEÑO EDITORIAL EN LAS REVISTAS

3.1. ¿Qué es el diseño editorial?

Como punto de partida debemos definir en qué consiste el diseño editorial y la diferencia que hay con respecto a otras áreas del diseño gráfico. El significado del término “*diseño editorial*” abarca la apariencia visual de casi cualquier material impreso, desde libros de texto hasta catálogos, pasando por las revistas generales y temáticas, siendo éstas en las que ahondaremos más adelante.

Una manera de definir y acotar este gran abanico es considerarlo como una forma de periodismo visual. Colocar este tipo de etiqueta es una manera de diferenciarlo de los otros procesos de diseño gráfico, como el diseño de carteles, *packaging* o marketing orientados a una finalidad muy distinta

A pesar de ello, surgen diversidad de definiciones como la que nos propone Vicent Frost, director artístico de *Zembla*:

*“El diseño editorial es el diseño que trabaja con publicaciones, revistas impresas que salen al mercado más de una vez y que por general tienen una apariencia distintiva y generan una sensación inconfundible”.*²

Otra manera de definir el diseño editorial es la que nos propone Martin Venezy, Director Artístico de *Speak*:

*“El diseño editorial es el marco en el que una historia dada es leída e interpretada. Abarca tanto la arquitectura general de la publicación como el tratamiento específico de la historia”.*³

Al fin y al cabo el diseño editorial consiste en la organización de imágenes y palabras en medios impresos o electrónicos.

² ZAPPATERRA, Y. *Diseño editorial: periódicos y revistas*, p.12.

³ *Ibíd*, p. 7.

3.2. Actualidad del diseño editorial

En la actualidad, la industria de las revistas se encuentra en un periodo de transición, de expansión y abertura a nuevas oportunidades, aunque para entender la actualidad en la que se encuentran las revistas de hoy en día, debemos remontarnos a cómo empezó todo.

Las primeras revistas aparecieron en Inglaterra a principios del siglo XVIII, como variante polémica a los periódicos, cobrando este nuevo soporte una gran importancia y proporcionando un espacio para que escritores conformaran la agenda política y cultural del momento.

A menudo plagiaban el contenido de otras revistas o libros, aprovechándose del vacío legal en materia de propiedad intelectual.

Ya en el pasado buscaban la manera de llegar a la atención y al bolsillo de los lectores, estableciendo un precio de acuerdo con el lector deseado, pero esto no siempre cubría gastos, por lo que incorporaron publicidad a las revistas.

En el siglo xx surgieron numerosos experimentos que pusieron en duda la forma de la revista hasta llegar a su desconstrucción, a causa de los medios de comunicación e internet, debilitando los medios de comunicación anteriores.

A pesar de la nueva aparición de soportes electrónicos, como las revistas digitales o ediciones electrónicas de algunas revistas impresas, siguen publicándose revistas en papel, en las que se le presta más atención en captar la atención del lector, en la reducción de los costes de producción, distribución e impresión, que de la calidad de los contenidos. Funcionando los formatos donde la información es más barata. Como apunta Lewis Blackwell:

*“Una revista no es una sola cosa, sino muchas; se define por su publicación repetitiva y poco más; de ninguna manera por sus contenidos y cada vez menos por su formato”.*⁴

El reto, en un futuro a muy corto plazo, será combinar la calidad del producto editorial con la de los contenidos. Estos cambios los estamos pudiendo observar en las revistas especializadas (microrevistas) que apuestan por la impresión pero también por la investigación de nuevos aspectos editoriales, tanto tipográficos como de nuevos materiales impresos. Este tipo de formato será abordado en un apartado posterior en este trabajo de estudio.

⁴ LESLIE, J. *Nuevo diseño de revistas*, p.8.



Imagen 01.
Elle España. Portada.
Octubre 2013.



Imagen 02.
Esquire USA. Portada.
Febrero 2013.

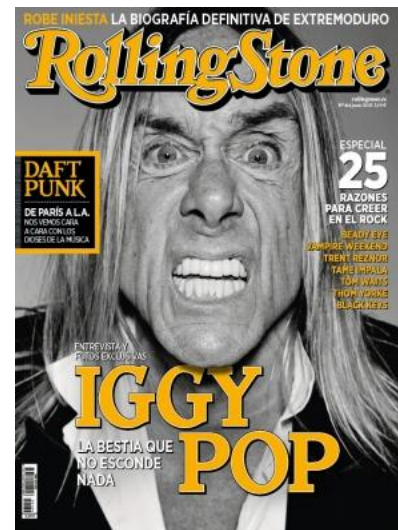


Imagen 03.
Rolling Stone España. Portada.
Junio 2013.

3.3. Clasificación del diseño editorial

Según Yolanda Zapattera en el libro *Editorial Design*, podemos dividir el diseño editorial en tres apartados bien diferenciados. El primero de ellos engloba las revistas gran tirada, las *microrevistas*, los periódicos y los suplementos que estos editan.

En segundo lugar las publicaciones *online*, versiones electrónicas de las publicaciones en papel y por último, los catálogos, los fascículos y los libros.

Nuestro estudio se centrará en las publicaciones periódicas impresas, las revistas, que podemos dividir las en dos grandes bloques:

-Revistas de gran tirada

Revistas que van dirigidas a un gran número de lectores, con características similares, pero que varían dependiendo del lugar donde vayan a ser vendidas. Se suelen distribuir en kioscos o librerías, cuyos estantes están masificados de este tipo de revistas, que luchan entre ellas para atraer a los consumidores. En estos casos, el diseño, guarda un lugar muy importante, mostrando atención en la imagen de la portada, los titulares y la incorporación de un obsequio, medios por los cuales las revistas captan a sus clientes. Este tipo de revistas suelen tener una periodicidad corta, semanal o mensual, para mantener a los compradores así como los ingresos. Por ejemplo: *Elle*, *Rolling Stone*, *Esquire*, *Maxim*, *Vogue*...

-Revistas especializadas

Las revistas especializadas, también llamadas *microzines* o *microrevistas*, se diferencian de las revistas de gran tirada por su contenido y público al que va dirigido.

Son de carácter independiente, cualidad que influye en su contenido y en su diseño, ofreciendo al lector aquello que las revistas de gran tirada no les pueden proporcionar, siendo este nuestro motivo de estudio.

Estas publicaciones se especializan en campos como el arte, la arquitectura, la fotografía o la música.

En lo referente a su estructura tiene características claramente identificables en todas ellas, como una producción de calidad, el uso abundante de fotografías y un especial y gran cuidado el diseño. En lo que se refiere a los titulares, son prácticamente inexistentes consiguiendo así una portada más limpia y llamativa.

También cabe destacar la escasez de publicidad. Esto se debe a que son revistas *arbitradas*⁵ y suelen recibir fondos de organizaciones o universidades para cubrir sus gastos.

4. ANÁLISIS DE REVISTAS ESPECIALIZADAS

4.1. ESPAÑOLAS

Neo2

Editor: Ipsum Planet

Directores: Javier Abio, Rubén Manrique Y Ramón Fano

Ciudad / País: Madrid / España

Fundada en: 1995

Dirección de arte / Diseño Grafico: Ipsum Planet

Dimensiones: 215 x 275 mm

⁵ "Arbitrado" es otro término para "revisado por pares", lo que significa que las personas con experiencia en el campo leen, editan y aprueban los artículos que aparecen en la revista.



Número de páginas: 144

Idioma: Castellano

Periodicidad: Mensual

Web: www.neo2.es

Desde la capital de España, Madrid, nos llega *Neo2*. Nos ofrece temas de actualidad y constituye una fuente de inspiración no son profesional sino también de ocio, encontrándola mensualmente en los kioscos.

En los orígenes de *Neo2*, el diseño gráfico de la publicación tenía prioridad sobre el contenido, pero con el tiempo se dieron cuenta de que una cosa con la otra no tiene sentido. Han acabado consiguiendo un lenguaje fluido entre el editor y el diseñador, obteniendo unos contenidos frescos y llamativos.

En cuanto al diseño de la revista, la tipografía, la maquetación y las fotografías están a un mismo nivel, aunque el dinamismo de la revista recae sobre la fotografía, donde se llevan a cabo variaciones en cada número, mientras que la tipografía y la maquetación tienen unas pautas que normalmente se definen cada año.

Introducen la innovación en su composición de tres columnas en los bloques de texto donde una de ellas es más pequeña, dándole un punto diferente a la estructura de maqueta clásica que utilizan actualmente.

Otra innovación es su “*casting tipográfico*”, donde intentan escoger tipos que no estén muy usados y conseguir ponerlos de moda. Su abanico de tipografías configura las distintas secciones de la revista.

Las primeras páginas de contenido se llaman *Adeneos*, mini artículos, que van siempre enfrentadas a páginas de publicidad.

Para hacer estas primeras páginas se eligió la *Big Caslon* para titulares, ya que funciona bien en cuerpos pequeños y es discreta. Para el cuerpo del texto se optó por la *Din*, un tipo condensado que permitiese la entrada de más texto. Si pasamos al cuerpo general de la revista entonces encontraremos *Avenir*, tipografía que mezcla la *Helvética* y la *Futura* quedándose con lo mejor de las dos y funcionando muy bien como cuerpo de texto.

Los titulares de *Neo2* nos ofrecen una sección llamada “*Explosión*”, donde encontramos una recopilación de imágenes sobre un tema. En esta sección se utiliza una tipografía pasada de moda, la *Chromium One*.



Imagen 04.
NEO2. Portada.
Marzo 2013.

Imagen 05.
NEO2. Portada.
Mayo 2013.

Imagen 06.
NEO2. Interior.
Abril 2013.



No se puede buscar una razón de ser detrás de los motivos que llevan a Neo2 a mostrarnos tal abanico de tipos tan variado e intencionadamente elegido, saltándose las normas clásicas de la tipografía, aunque no por ello deja de funcionar.

Una de las claves de su funcionamiento es la presencia *online* de Neo2, creando una versión online de la revista, aprovechando las características del medio: inmediatez, actualidad e interactividad con el lector. Sus contenidos esta ligados a los que desarrollaban en papel: arte, moda, música, diseño gráfico, gastronomía, diseño industrial, cine, literatura, cosmética, estilos de vida...

Cuenta con una sección de descargas tipográficas, nuevas y antiguas, así como pdfs con los especiales mensuales de cada número.

d[x]i

Editor / Director: Alejandro Benavent

Ciudad / País: Valencia / España

Fundada en: 2000

Dirección de arte / Diseño gráfico: Alejandro Benavent

Dimensiones: 290 x 400 mm

Número de páginas: variable entre 48 y 56 páginas



Imagen 07.
d[x]i. Portada.
Junio 2009.

Idiomas: Español / Inglés

Periodicidad: Trimestral

Web: www.dximagazine.com

Desde Valencia, España, nos llega *d[x]i*. Esta publicación trimestral nos propone en cada número un tema en torno al cual más de treinta artistas de diversos países publican sus creaciones. Esta variedad de contenidos de forma transversal nos ofrece una revista con un resultado múltiple, contradictorio y en ocasiones absurdo.

Su director/editor la define como un “*medio de creación mutante*”. En este medio encontraremos el trabajo de diseñadores, fotógrafos, arquitectos, interioristas, ilustradores, tipógrafos, escultores, etc, algunos de los cuales colaboran con la publicación de manera habitual.

Si nos remontamos al origen de la revista *d[x]i*, nació en el año 2000 como un espacio de reflexión y plataforma de experimentación de materia de diseño. Tomando este punto de partida, la revista ha actuado desde entonces como un espacio de reunión de visiones, opiniones y maneras de entender y generar diseño. Pese a su gran espíritu crítico, intenta ofrecer distintas perspectivas con el fin de proveer al lector de un espacio de reflexión abierto donde la tolerancia y el respeto a las diferencias sean asumidos como condiciones y necesidades urgentes para la convivencia y el entendimiento de la sociedad, que en estos momentos se representa carente de valores e ideología.

En cuanto al diseño de la revista, la tipografía, la maquetación y las imágenes son los tres componentes esenciales de la misma.

En *d[x]i* rompen los esquemas establecidos por la utilización de papel de periódico y con un formato variable según el tema a desarrollar.

Su estructura es rígida y sencilla, al mismo tiempo el protagonismo de la publicación recae indiscutiblemente en la portada, una imagen sin texto. La cabecera puede variar de posición.

La selección tipográfica evoluciona y cambia continuamente, empleando multitud de tipografías de todas las familias. Su elección viene condicionada por diferentes criterios: temáticos, estéticos, históricos, creativos, experimentales o funcionales. Aprovecha la expresividad de cada tipo para construir la narración gráfica que la revista exige en cada caso.

Imagen 08.
d[x]i. Interior.
Diciembre 2007.



Nos ofrece una publicación que compite de manera agresiva por llamar la atención y encontrar un sitio entre la gran cantidad de revistas publicadas. Esto viene dado por su distribución gratuita y su formato más grande, consiguiendo resaltar y reconocerse con gran claridad entre las demás.

4.2. EUROPEAS

Étapes: Design et cultura visuelle

Edición: Pyramid Éditions

Editor / Director: Michel Chanaud

Ciudad / País: Francia

Fundada en: 1996

Idiomas: Francés / Inglés / Chino

Periodicidad: Bimestral (francés) y trimestral (inglés y chino)

Web: www.etapes.com

Tras más de doscientos números *étapes*, se ha labrado una sólida posición como referente en Francia para la búsqueda de diseñadores contemporáneos,

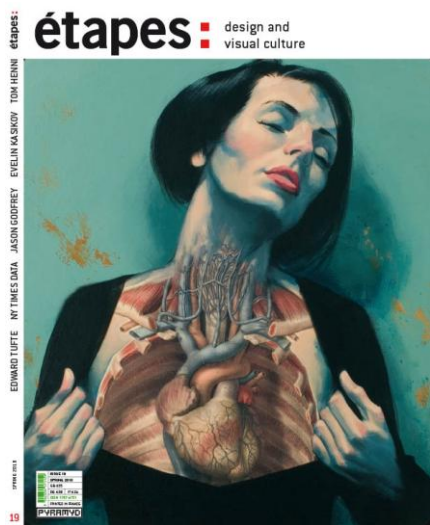


Imagen 09.
étapes: Portada.
Primavera 2010.

así como por sus revisiones, críticas y artículos de carácter histórico sobre el diseño gráfico y la cultura visual.

Tiene como objetivo ofrecer a los lectores una herramienta que les pueda ayudar a la hora de descifrar las nuevas prácticas, como bien explica el redactor de la revista Michel Chanaud:

*“Queremos informar, sorprender, y, sobretudo, inspirar a nuestro público”.*⁶

La variedad de temas tratados, muestra una política editorial que se toma en serio el componente cultural expresado en el subtítulo de la revista. El equilibrio entre contenido práctico y ecléctico, procedimientos y análisis, permite que *étapes* cruce la brecha que separa los requisitos profesionales de una revista especializada de tono cultural de una publicación sobre arte.

En lo referente al diseño de *étapes*, tiene una relación con su contenido variado e informativo, haciendo que nunca haya un exceso en el diseño de la revista, sino que busca ser un marco neutro aunque atractivo para los muchos trabajos que expone.

La revista ha logrado integrarse en las plataformas digitales, siendo la versión web un complemento a la revista impresa. También se puede acceder a una versión de *étapes* mediante *iPad* o *iPhone*.

Artlab

Edición: Integrata

Editor / Director: Carlo Branzaglia

Ciudad / País: Italia

Fundada en: 2001

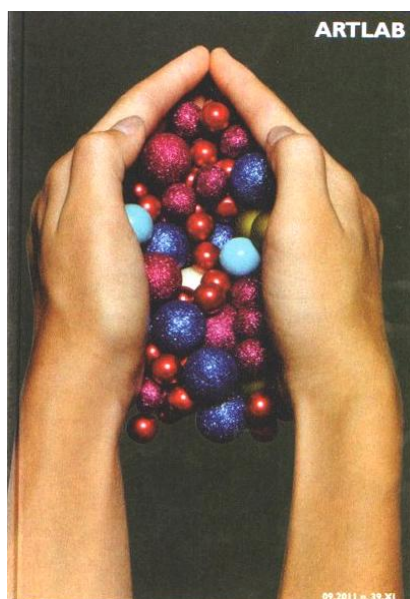
Dimensiones: 6,3 x 9 cm

Número de páginas: 64 páginas

Idiomas: Italiano / Inglés

Periodicidad: Trimestral

⁶ HELLER, S y Godfrey, J. 100 revistas clásicas de diseño gráfico, p.80.



Artlab se define como una herramienta de actualización para los diseñadores gráficos que cuentan con repertorios de imágenes relacionados sobre todo con el diseño gráfico desde un punto de vista fenomenológico. Esto implica la recopilación de imágenes que se caracterizan por similitudes en la forma o en la función y el análisis de sus vínculos.

En lo referente a su línea editorial pasa por ofrecer una explicación más detallada del significado y la función de una tipología concreta de imágenes asociadas a temas específicos.

La mayoría de los números trimestrales son temáticos y, están tratados desde un punto de vista evocador. Entre algunos de los temas abordados se encuentran algunos estilos como el punk, pop, entre otros, sectores industriales como la moda y mobiliario, los medios de comunicación, la comida y los estereotipos. La mayoría de su contenido está dedicada al diseño editorial, a la identidad corporativa, a la carceraria y al diseño gráfico en general.

En cuanto a sus dimensiones, estas son reducidas, reforzando la estética de manual, y a pesar de incluir una gran cantidad de contenido en cada página no presenta una visión apretada ni densa.

Artlab no se vende en kioscos, sino que se distribuye de forma gratuita principalmente entre diseñadores gráficos, algunas agencias de publicidad y otras empresas relacionadas con el diseño.

Grafik

Editor / Director: Caroline Roberts

Ciudad / País: Reino Unido

Fundada en: 2003 - 2011

Idiomas: Inglés

Periodicidad: Mensual (entre 10 y 12 números al año) y, después, bimestral

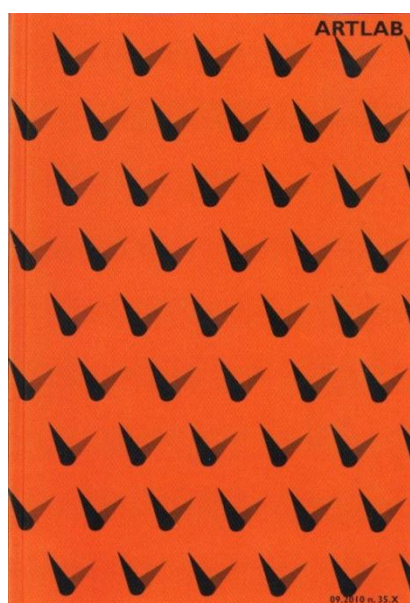


Imagen 10.
Artlab. Portada.
Septiembre 2011.

Imagen 11.
Artlab. Portada.
Septiembre 2010.

La revista británica *Grafik* (cuyo título original era *Graphics International*) fue tanto un objeto de diseño en el que la gente pudiese participar, como un registro del diseño contemporáneo. Impresa en papel de elevado gramaje, daba la sensación de ser un documento importante.

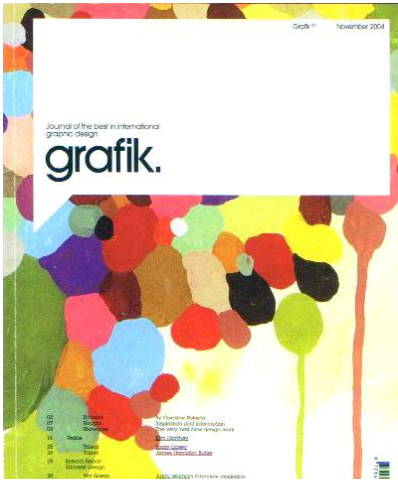


Imagen 12.
grafik. Portada.
Noviembre 2004.

La revista ha sufrido un cambio radical desde sus inicios, siendo *Grafik* mucho más visual y una maqueta más alegre, respondiendo mejor a los contenidos, que en su antigua versión.

Lo que la distingue de otras revistas de diseño británicas fue la diversidad en el tratamiento dedicado al diseño gráfico no convencional. Aunque la redacción se centró de forma clara en las manifestaciones gráficas, amplió los temas y publicó reportajes para el ámbito empresarial, siendo esta una de las razones por las cuales la revista contó con unos lectores fieles.

En lo referente a la maquetación y sus contenidos, estaba muy estructurada y contaba con secciones periódicas y un informe temático especial en cada número. Lo conformaban perfiles, estudios de caso, secciones, columnas de opinión y reseñas, eligiéndose las portadas en el último momento.

En 2011, tras cambiar al director artístico, redactor y la editorial, publicaron nada más que seis números cuando la editorial decidió retirarse de forma inminente y la revista dejó de publicarse.

4.4. AMERICANAS

STEP inside Desing

Fundación: Nancy Aldrich-Ruenzel

Edición: Dynamic Graphics Inc.

Redacción: Emily Potts / Tom Biederbeck

Dirección artística: Michael Ulrich

Ciudad / País: Estados Unidos

Fundada en: 1986 - 2009

Idiomas: Inglés

Periodicidad: Bimestral

Nancy Aldrich-Ruenzel ideó una publicación para diseñadores gráficos e ilustradores (*step-by-step*) que llevara a los lectores por proyectos reales en

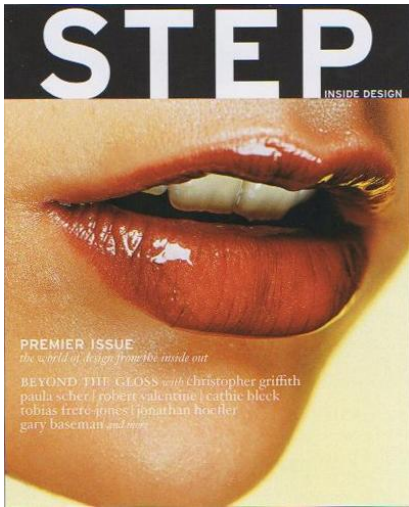


Imagen 13.
STEP. Portada.
Julio 2002.

fotografías secuenciales en las que aparecieran manos de verdad trabajando con texto o imágenes o cortando con un cúter.

Aunque todo esto cambio cuando Emily Potts tomo el mando, centrándose más en los diseñadores que en sus procedimientos y puso el énfasis en que los motivaba y que los inspiraba. Profundizo en la cultura del diseño y analizo la forma en que el pop influía en el diseño y viceversa.

La revista paso de llamarse *step-by-step* a *Step inside Design* (pasar al Interior del Diseño) con la idea de no perder la identidad actual, que conlleva la creación de un nuevo logotipo para la portada así como un modelo para la revista con un aspecto sofisticado y seductor, suponiendo una ruptura con el convencionalismo y sensatez de *step-by-step*. El tipo de lectores al que estaba enfocada la revista, eran sobre todo estudiantes.

Creaban un calendario editorial anual con los anunciantes que incluiría los temas de los números con un año de antelación, para así procurar crear un contenido que resultase llamativo para el lector.

Era propiedad de un banco de imágenes, que fue un buen medio publicitario, lo cual constituyo la razón principal de la existencia de la revista. Aunque esto no les reporto demasiado beneficio ya que en 2009 fue clausurada STEP.

@Issue The journal of Business and Design

Fundacion: Kit Hinrichs y Delphine Hirasuna

Edición: Corporate Design Foundation.

Redaccion: Delphine Hirasuna

Diseño: Kit Hinrichs

Ciudad / País: Estados unidos

Fundada en: 1995

Idiomas: Inglés

Periodicidad: Al principio semestral, después anual.

Web: www.atissuejournal.com

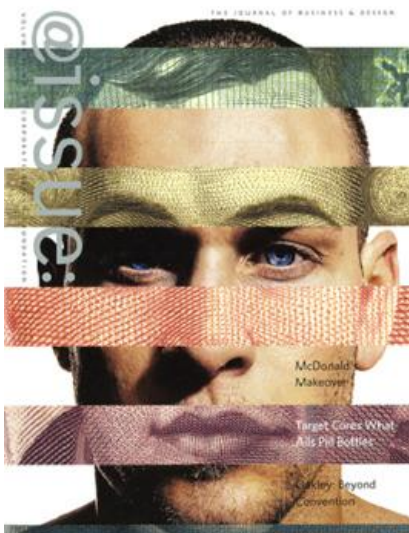


Imagen 14.
@issue:. Portada.
Invierno 2006-2007.

Imagen 15.
@Issue: Interiores.
Otoño 1997.



Esta revista surgió a raíz de una discusión entre el diseñador Kit Hinrichs y la escritora Delphine Hirasuna acerca de lo poco que las empresas valoraban la importancia del diseño en el éxito de los negocios. Con la elección del título @Issue, pretendían que la publicación no pareciera inclinada ni hacia los negocios ni hacia el diseño.

Desde el principio, los contenidos se centraron en empresas o marcas que tenían éxito tanto en el negocio como en el diseño, siendo este el elemento más importante en cuanto al éxito del producto o la marca. Se incluían entrevistas tanto con los gerentes como con los diseñadores de los proyectos. Los contenidos se dividían en los clásicos del diseño gráfico, los acertijos y las secciones explicativas.

En resumidas cuentas @Issue combina el diseño y los negocios a través de una mezcla tipográfica visual y sus ricos contenidos.

En la actualidad @Issue solo se publica en internet a modo de magablog, con reportajes que se basan más en las noticias de actualidad y que se centran en la innovación que procede de YouTube y Vimeo, así como de blogs de diseño y de negocios.

5. PROCESO DE TRABAJO

5.1. Concepto e idea

Hemos llegado a la parte práctica de este proyecto, como resultado de la investigación teórica previa de diferentes publicaciones impresas especializadas, la mayoría de ellas, en el campo del diseño gráfico. Con esto pretendemos realizar un prototipo de revista especializada en el ámbito del diseño, arte y comunicación.

Todo esto viene dado por la necesidad de que las enseñanzas de Grado deben concluir con la elaboración y defensa de un Trabajo Fin de Grado, el cual consiste en la realización de un trabajo original, en el que se plasmen los conocimientos, las habilidades y las competencias adquiridas por el estudiante a lo largo de los estudios.

Queda claro que este proyecto solo nos exige la realización de un trabajo original, pero vamos a ir más allá y a título personal, pretendemos crear una revista real que pueda llegar a publicarse y comercializarse como cualquier otra revista especializada que podamos encontrar en los kioscos o librerías.

5.2. Aspectos conceptuales de la revista

5.2.1. Naming

Se configura el *naming* de la revista, con la palabra art (arte en inglés) para evidenciar aun más el contenido que se va a poder encontrar en el interior de la revista. A partir de la palabra art, se le ha añadido la letra z al final para darle un mayor juego visual. Se elige la palabra arte en inglés para dar a la revista un carácter internacional.

Se trata de un título con versatilidad en cualquier idioma y gracias a su brevedad permanecerá en la mente del lector.

Imagen 16.
Naming de la revista.



Imagen 17.
Familia tipográfica de la tipo *Stiff*
Staff.



Se ha utilizado una tipografía *Stiff Staff* siendo esta de palo seco grueso, para aportar un mayor peso visual a la cabecera de la revista, cobrando el protagonismo en el orden de lectura. Su familia tipográfica es alfanumérica, está compuesta por mayúsculas y minúsculas, compartiendo todas ellas un mismo ancho de caja, haciendo un bloque de texto aun más compacto. NO dispone de caracteres especiales.

5.2.2. Temática

Artz es una revista especializada cuyo contenido se conformara por las tendencias gráficas emergentes y su influencia en el ámbito del arte, el diseño y la comunicación, encontrando en ella artículos, noticias y entrevistas, con un carácter contemporáneo.

Artz podría definirse como una revista interesada en el arte de todos los ámbitos, apostando por artistas tanto nacionales como internacionales y por los nuevos medios como lo son las aplicaciones webs tanto como las móviles. Esto posiciona a *Artz* como una revista actual y fresca.

Cada número, tratara de un tema en concreto, siendo la ilustración el tema elegido para el primer número de la revista. Para los dos siguientes números se proponen los temas de la pintura mural y la fotografía.

En lo referente a su periodicidad será mensual, planteando la posibilidad de la creación de números especiales de la revista.

5.2.3. Público al que va dirigido

La revista *Artz*, al tratarse de una revista especializada, va dirigida a un público más concreto, intentando volver a emocionar al lector a través su

estructura, su producción de calidad, el uso abundante de fotografías y, sobretodo, un énfasis en el diseño.

En concreto la revista *Artz* va dirigida a un sector de gente interesada en ámbitos como el diseño, el arte y la comunicación, pudiendo cubrir así las necesidades que los lectores no pueden cubrir con las revistas de gran tirada, ya que tratan temas más generalizados.

A pesar de tratarse de una revista especializada, no utiliza un vocabulario demasiado técnico, por lo que cualquier persona podría adquirir y disfrutar leyendo con la revista *Artz*.

5.3. Aspectos formales de la revista

5.3.1 Tipografía

Las primeras páginas de la publicación están destinadas a los contenidos de la revista, en la que hemos utilizado la *Times New Roman* eligiéndola en *Extra Bold* para llamar la atención sobre el resto de la página.

Para nombrar los contenidos, en sí mismos, se ha utilizado *Frutiger* eligiéndola en *Bold* y poniéndola en mayúscula, para diferenciar los epígrafes (tema principal de los artículos) de los subepígrafes (nombre los artículos), los cuales utilizan la misma tipografía pero en *Light* y en minúsculas.

Para el cuerpo general del texto se optó por la tipografía *Frutiger Light*, ya que se trata de una tipografía de palo seco, simple, robusto y sin *serifas*, lo que hace que tenga mayor legibilidad en texto corrido.

En lo referente a los inicios de cada artículo o entrevista, se ha utilizado la tipografía *Times Extra Bold*, al igual que en las primeras páginas de la revista, con la diferencia de que aumenta su tamaño para crear una jerarquía visual entre el título, los subepígrafes y el texto corrido. Los subepígrafes, que van seguidamente después del título, se ha utilizado la misma tipografía solo que unos puntos inferior.

Para los separadores que distribuyen las diferentes secciones de la revista se ha utilizado la tipografía *Futura Bold* en mayúscula, ya que al ser una tipografía de palo, es más legible y llama más la atención.

Por último cabe nombrar la también utilización de la tipografía *Frutiger Bold* en mayúsculas versalitas para los destacados que encontramos en diversos artículos y entrevistas.

5.3.2. Estructura

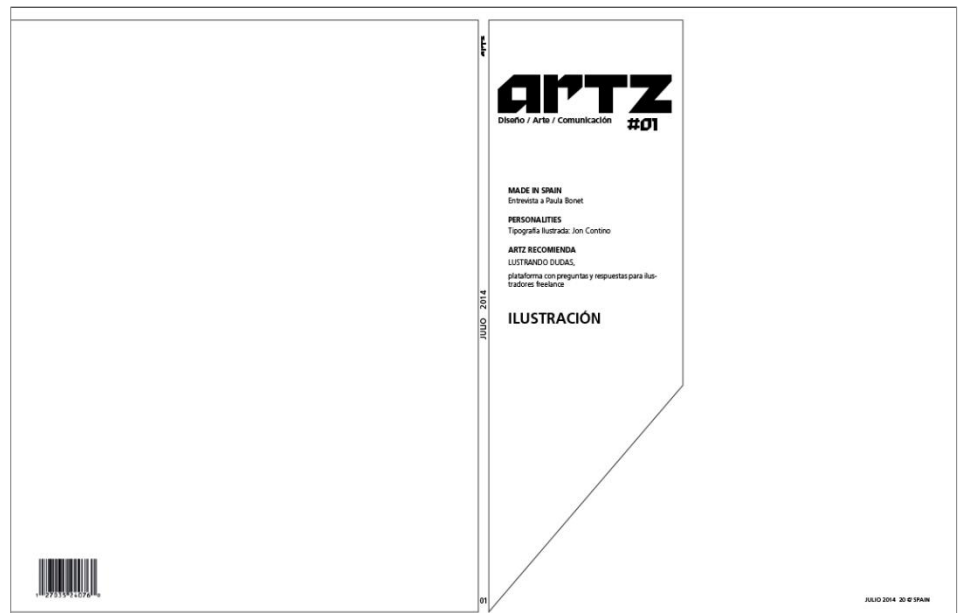
Por una parte tenemos la estructura de la portada, en la que cabecera está dispuesta en el borde superior izquierdo, siendo esta zona un punto de inicio, ya que en la lectura occidental leemos de izquierda a derecha, y de arriba abajo, haciendo así que la cabecera no pase desapercibida.

Está compuesta por el nombre de la revista y una figura geométrica triangular de color claro con opacidad baja, que nos permite por una parte poder especificar los contenidos del interior de la revista sin que el texto se pierda con la imagen y a la vez que deja ver la imagen de portada sin ocultarla totalmente. Dentro de esta figura, también encontramos la temática que se trata en cada número.

Esta figura geométrica semitransparente, se extiende a lo largo de la contraportada con una forma rectangular, cubriéndola de parte a parte.

En la portada encontramos también especificaciones como el país, el precio, el año y el número. El código de barras estará ubicado en la contraportada en la esquina inferior izquierda.

Imagen 18.
Estructura de la portada y
contraportada de la revista Artz.



En lo que se refiere al lomo contendrá el nombre de la revista, el número y el año.

Por otra parte tenemos la estructura de los interiores, la cual está conformada por dos columnas, ya que las dimensiones de la revista, 225 x 295 mm, limita el espacio, siendo sus márgenes, el superior de 50mm, el inferior de 20mm, el exterior de 40mm y el interior de 20mm.

La numeración de páginas se sitúa en las esquinas inferiores de la revista, a la izquierda o a la dependiendo de la pagina en la que nos encontremos.

En lo referente a la diferenciación de contenidos podemos encontrarlos en las esquinas superiores, nombrando el apartado en el que se encuentra y el nombre del artículo, entrevista o novedades. Además de esto la revista dispone de diferentes separadores según las secciones que distribuyen los diferentes contenidos de la revista.

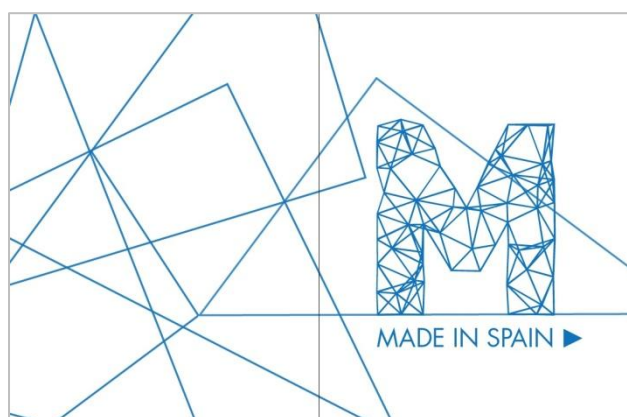


Imagen 19.
Separador de la revista Artz, sección
Made in Spain.

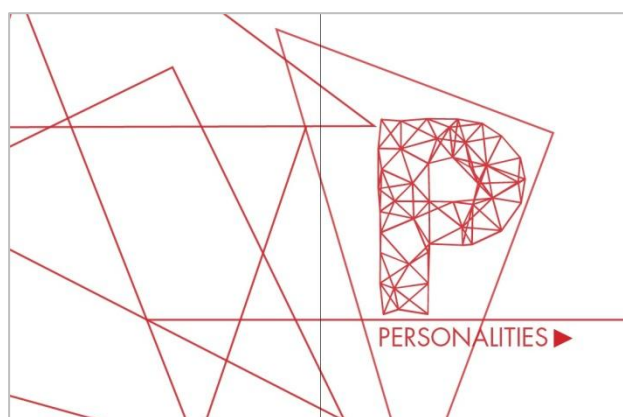


Imagen 20.
Separador de la revista Artz, sección
Personalities.

Para diferenciarlos también hay una asignación de color que viene dada al inicio de cada artículo con un triángulo. Estos colores también los encontrados en los separadores pertenecientes a cada sección. Para el apartado de *made in spain* se ha utilizado el color azul, para el apartado de *personalities* un color rojo y por último par el apartado de *artz recomienda*, hemos utilizado el color naranja.

5.3.3. Portadas

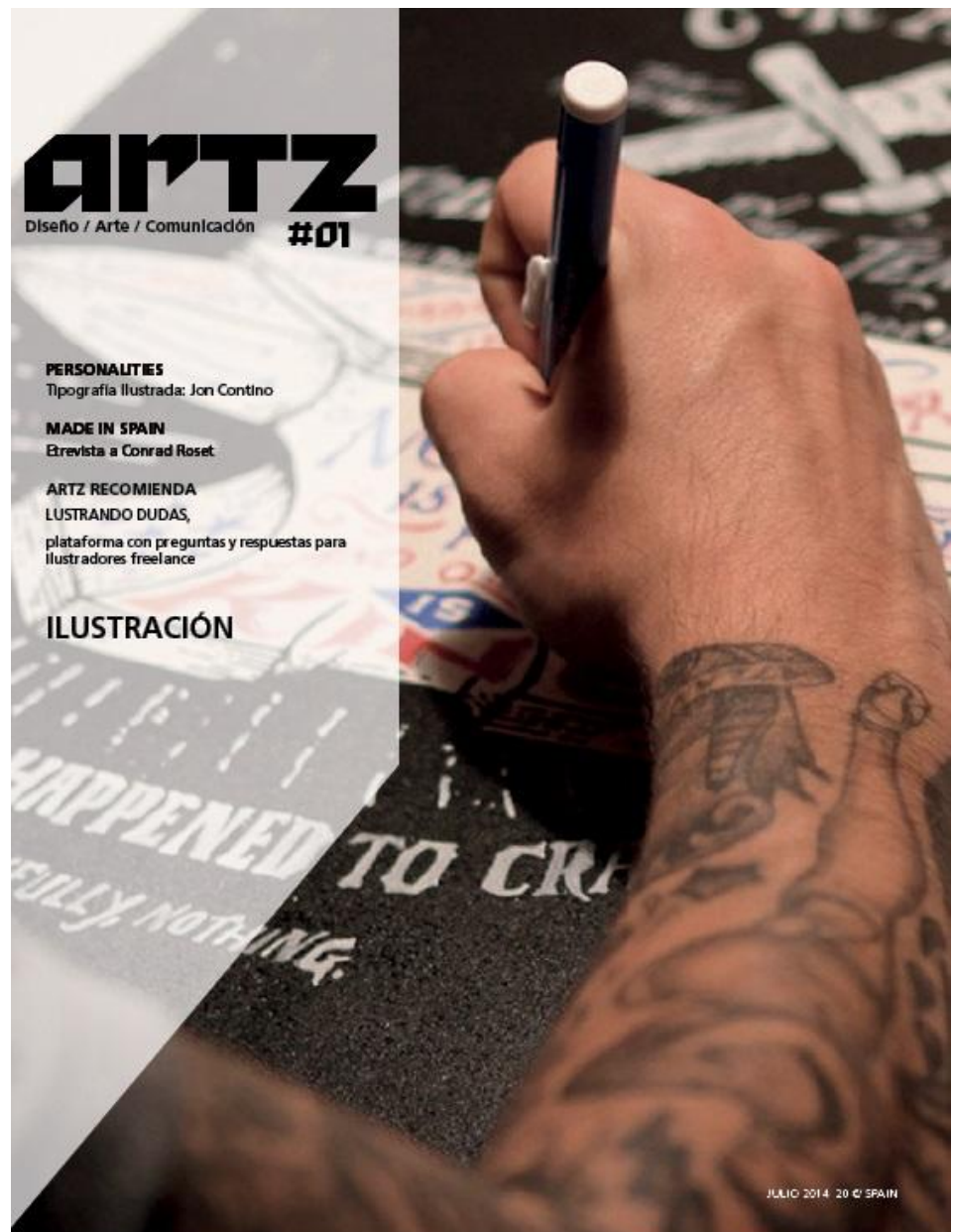
La característica fundamental que da identidad y unidad a la revista es la portada, ya que se trata de un reclamo al público entre tantas otras revistas tanto especializadas como de gran tirada. Esto se ha conseguido a través de la imagen o fotografía que ocupa la mayor parte la superficie de la portada, colocándola de forma centrada con un fondo neutro, creando así espacios en blanco que dejan respirar a la imagen, además de que hace que el lector se fije en ella.

Las imágenes o fotografías elegidas para cada numero dependen totalmente del contenido y temática de cada una de ellas. La elección de la imagen, viene dada por los artículos principales de cada número de la revista.

Se ha trabajado en el primer número de la revista, siendo el tema elegido la ilustración, proponiendo como temas para los dos siguientes números la

pintura mural y la fotografía, todos ellos con un esquema que guarde relación entre sí. El objetivo es que la revista sea reconocible, no sólo por la cabecera sino también por el resto de elementos. Sin embargo al mismo tiempo se ha buscado la variedad para que no sea una repetición constante del mismo esquema pero cambiando la imagen y el contenido.

Imagen 21.
Portada de la revista Artz.
Publicación nº 1.



Se propone la creación de números especiales de la revista, en los que las dimensiones de la revista disminuirían de tamaño (170 x 340 mm) pero sin dejar de un lado la estética de Artz, para que siga siendo reconocible. Tendría

una periodicidad anual, recopilando lo mejor en el campo del arte, diseño y comunicación que haya ocurrido durante ese año.

Imagen 22.
Propuesta de portada de la revista
Artz, para la publicación nº 2.



5.3.4. Contenidos

Los contenidos de Artz están distribuidos en diferentes secciones. La primera de ellas lo ocupa *Made in Spain*, una sección en la que se puede encontrar entrevistas a artistas españoles, en las que dependiendo del tema elegido en cada número, se le preguntara sobre el proceso de trabajo y sus motivaciones.

La segunda de ellas, que normalmente ocupara el artículo principal de la revista, se llama *Personalities*, en la que se hablara con un artista destacado del ámbito internacional, también siendo este elegido dependiendo de la temática del numero.

Por último encontramos la sección de *Artz Recomienda*, en la que podemos encontrar desde consejos hasta plataformas o aplicaciones que son de utilidad para la gente que está empezando en el mundo del arte.



Imagen 23. Inicio de artículo *Made in Spain*.

Imagen 24. Inicio de artículo *Personalities*.

Los inicios de sección cambian según la sección que se esté tratando. En la sección de *Made in Spain*, encontramos una doble página en la que la parte izquierda la ocupa una foto del artista y en la parte derecha, una pequeña introducción en la que nos explica brevemente la vida y trayectoria del artista. En la sección *Personalities*, encontramos una doble página en la que la página derecha esta destinada a una imagen del autor u obra a página completa sangrada y la parte izquierda ya empieza con el artículo en sí. Por último está la sección de *Artz Recomienda*, que no tiene ningún inicio de sección ya que son artículos breves.

5.3.5. Resultado final

Una vez finalizados todos los contenidos de la revista y su respectiva portada, hemos logrado conseguir una revista especializada en arte diseño y comunicación con una identidad propia, mostrándonos la temática de la ilustración de una forma clara y directa.

A continuación se pueden observar tanto simulaciones interiores de la revista como la portada de la misma.

Imagen 27.
Simulación interiores y portada
del nº1 de la revista ARTZ.



6. CONCLUSIONES

Hemos llegado a la conclusión que este Trabajo Final de Grado nos ha hecho aprender al mismo tiempo que nos quitado horas de sueño casi sin darnos cuenta. Para nosotros realizar este proyecto, tanto su parte teórica como su parte práctica, ha sido de gran ayuda en cuanto los objetivos que nos marcamos en el inicio de éste, viendo como poco a poco todos y cada uno de ellos han sido alcanzados.

El conjunto de este proyecto nos ha permitido reflexionar acerca del propio diseño editorial considerando el trabajo teórico como parte fundamental del mismo y teniendo en cuenta, en las revistas impresas especializadas, el gran abanico de posibilidades que ofrece el campo del diseño editorial y que es aplicable a otro tipo publicaciones impresas.

Otro gran factor muy útil para el desarrollo de este proyecto ha sido el estudio de referentes realizado y todos los conocimientos adquiridos en cada uno de los puntos tratados en el marco teórico que han sido de forma directa o indirecta, plasmados en cada una de las partes que componen este marco práctico. Hemos tenido muy en cuenta las palabras de Yolanda Zapatero y Jeremy Leslie grandes diseñadores pero mejores palabras que han ayudado a hacer posible este TFG.

Si algo hemos aprendido durante el transcurso de este Trabajo Final de Grado, es a valorar tanto nuestros propios recursos y actitudes, como los

medios que tenemos a nuestra disposición y la ayuda de las personas que nos rodean ya que tener en cuenta otras opiniones y criterios nos ayudan a enriquecer aun más nuestros diseños.

Sabemos que aún nos queda mucho por delante, si queremos llegar a publicar esta revista, pero estamos seguros de que seguiremos avanzando y trazando nuestro camino en el mundo laboral del diseño editorial y gráfico.

7. BIBLIOGRAFIA

MONOGRAFIAS

FIELL, C.; FIELL, P. *Graphic design for the 21st century: 100 of the world's best graphic designers*. Köln: Taschen, 2003.

FOGES, C. *Diseño de revistas*. Barcelona: Index Book, 1999.

HELLER, S.; GODFREYD, J. *100 revistas clásicas de diseño gráfico*

LESLIE, J.; BLACKWELL, L. *Nuevo diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J.C. *Diseño gráfico: nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.

MESEGUER, L. *Typomag: tipografía en las revistas*. Barcelona: Index Book, 2000.

O'REILLY, J. *Sin briefing: proyectos personales de diseñadores gráficos*. Barcelona: Index Book, 2002.

ZAPATERRA, Y. *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

PAGINAS WEB

Web personal Paula Bonet [consulta: 2014-05-20]. Disponible en:
<www.paulabonet.com>

Web personal Conrad Roset [consulta: 2014-05-20]. Disponible en:
<www.conradroset.com>

Web personal Marta Puig (lyona) [consulta: 2014-05-20]. Disponible en:
<www.lyona.cat>

Web personal Jon Contino [consulta: 2014-05-20]. Disponible en:
<www.joncontino.com>

Revista Elle [consulta: 2014-05-20]. Disponible en: <www.elle.es>

Revista Rolling Stone [consulta: 2014-05-20]. Disponible en:
<www.rollingstone.es>

Revista Esquire [consulta: 2014-05-20]. Disponible en: <www.esquire.es>

Revista NEO2 [consulta: 2014-05-20]. Disponible en: <www.neo2.es/blog>

Revista d[x]i [consulta: 2014-05-20]. Disponible en: <www.dximagazine.com>

Revista étapes[consulta: 2014-05-20]. Disponible en: < www.etapes.com>

Revista Grafik [consulta: 2014-05-20]. Disponible en: < www.grafik.net>

Revista @issue [consulta: 2014-05-20]. Disponible en:
<www.atissuejournal.com>

Makamo, blog de diseño, arte y creatividad [consulta: 2014-05-20]. Disponible
en: <www.makamo.es>

El bombín cuadrado: revista de artes graficas y visuales [consulta: 2014-05-20].
Disponible en: <www.elbombincuadrado.com>

Ragged Band: Dispatches from the creative life [consulta: 2014-05-20].
Disponible en: < www.raggedband.com>

Drawfolio [consulta: 2014-05-20]. Disponible en: < www.drawfolio.com>

Ilustrando dudas [consulta: 2014-05-20]. Disponible en:
<www.ilustrandodudas.com>

Graffica info [consulta: 2014-05-20]. Disponible en: <www.graffica.info>

8. ÍNDICE DE IMÁGENES

- Imagen 01. *Elle España*. Portada. Octubre 2013.
- Imagen 02. *Esquire USA*. Portada. Febrero 2013.
- Imagen 03. *Rolling Stone España*. Portada. Junio 2013.
- Imagen 04. *NEO2*. Portada. Marzo 2013.
- Imagen 05. *NEO2*. Portada. Mayo 2013.
- Imagen 06. *NEO2*. Interior. Abril 2013.
- Imagen 07. *d[x]i*. Portada. Junio 2009.
- Imagen 08. *d[x]i*. Interior. Diciembre 2007.
- Imagen 09. *étapes*. Portada. Primavera 2010.
- Imagen 10. *Artlab*. Portada. Septiembre 2011.
- Imagen 11. *Artlab*. Portada. Septiembre 2010.
- Imagen 12. *grafik*. Portada. Noviembre 2004.
- Imagen 13. *STEP*. Portada. Julio 2002.
- Imagen 14. *@issue*. Portada. Invierno 2006-2007.
- Imagen 15. *@issue*. Interiores. Otoño 1997.
- Imagen 16. *Naming* de la revista.
- Imagen 17. Familia tipográfica de la tipo *Stiff Staff*.
- Imagen 18. Estructura de la portada y contraportada de la revista *Artz*.
- Imagen 19. Separador de la revista *Artz*, sección *Made in Spain*.
- Imagen 20. Separador de la revista *Artz*, sección *Personalities*.
- Imagen 21. Portada de la revista *Artz*. Publicación nº 1.
- Imagen 22. Propuesta de portada de la revista *Artz*, para la publicación nº 2.
- Imagen 23. Inicio de artículo *Made in Spain*.
- Imagen 24. Inicio de artículo *Personalities*.

- Imagen 25. Simulación interiores de la revista *ARTZ*.
- Imagen 26. Simulación interiores de la revista *ARTZ*.
- Imagen 27. Simulación interiores y portada del nº1 de la revista *ARTZ*.