

TFG

PROYECTO DE DISEÑO EDITORIAL: CONCEPCIÓN DE LA REVISTA MAY Y PROTOTIPO IMPRESO.

ANÁLISIS DE CASOS

Presentado por Irene Usero Peris

Tutora: M^a Angeles Parejo (Geles Mit)

Facultat de Belles Arts de San Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2013-2014



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

ÍNDICE

1. Introducción	5
2. Objetivos y metodología	7
2.1. Metas y principales objetivos	7
2.2. Proceso de trabajo	7
2.3. Recursos de información empleados	8
3. Contexto del proyecto	10
3.1. Diseño editorial impreso	10
3.2. Funciones y tareas del diseñador en revistas	12
3.3. La tipografía en las revistas	14
3.4. Técnicas gráficas de impresión	16
4. Desarrollo de la revista	18
4.1. Cabecera	18
4.2. Portada y contraportada	19
4.3. Maqueta	21
4.4. Interiores	22
4.5. Monográfico	24
4.6. Elección y uso de la tipografía	25
4.7. Materiales	26
4.8. Recopilación y selección de archivos	27
4.9. Encuadernación	27
4.10. Próximos números	29
4.11. Promoción y aplicaciones	30
5. Conclusiones	31
6. Bibliografía	32

PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS

Diseño editorial	<i>Editorial Design</i>
Revistas	<i>Magazines</i>
Tipografía	<i>Typography</i>
Materiales	<i>Materials</i>

RESUMEN

En la siguiente memoria encontraremos un estudio previo sobre el diseño editorial, su función y los elementos que lo componen, para ahondar en la investigación de las publicaciones impresas, saber cómo se desarrollan y cuál es el equipo necesario para este proceso. A su vez, conocer las funciones que desempeña un diseñador editorial, cuáles son sus competencias y cuánta libertad tiene para desarrollar su trabajo. Con este estudio se pretende analizar y conocer los requisitos necesarios para el desarrollo y creación de una revista, los cuales se pondrán en práctica en la realización del prototipo.

SUMMARY

In the next statement we will find a previous study about editorial design, the function and the component parts, to delve in the investigation of the printed publications, know how it develops and what is the necessary equipment for this process. At the same time, knowing the functions of an editorial designer, what are their skills and how much freedom they have to develop their work. With this study the objective is analyze and know the requirements for the development and creation of a magazine, which will be implemented in the realization of the prototype.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por el apoyo que me ha dado durante estos meses y a mi tutora por su buenísima dirección y su ánimo.

1. INTRODUCCIÓN

La memoria del proyecto que vamos a ver a continuación, recoge todo el proceso seguido para el desarrollo de una revista mediante la autoedición. Para ello, se ha investigado sobre el diseño editorial en publicaciones impresas, analizando su función y su desarrollo, profundizando en el funcionamiento y la estructura de las revistas. También ha sido necesario estudiar los fundamentos del diseño gráfico y de la tipografía, ya que en una revista estos dos elementos son muy importantes.

Las revistas son un medio de comunicación necesario en nuestra sociedad, nos informan, nos entretienen, nos divierten, nos educan, etc. Son el reflejo de las preocupaciones y del pensamiento social del momento y esto les da un gran valor. Por ello, aunque se hayan visto amenazadas por el nacimiento de internet y las nuevas tecnologías, gracias a los diseñadores y los editores, se han adaptado y evolucionado, sin parar de sorprender al lector. Muchas revistas utilizan técnicas novedosas para llamar la atención del lector y hacer de la revista una obra de arte. Esto es lo que principalmente busco para mi revista, el que sea un objeto valioso en sí mismo.

Las revistas pueden ser publicaciones impresas o digitales, aunque los dos formatos tienen la misma denominación, únicamente tienen en común las funciones principales que las definen. El diseño de la publicación digital tiene unos criterios de composición y formato muy diferentes a los de la impresa, su estética está adaptada a la de una página web, por lo tanto, aunque se trate de una revista, no es comparable con la publicación impresa.

Este proyecto se centra en la publicación impresa, en los materiales y técnicas sobre papel. Se busca llegar al lector más profundamente, sorprendiendo con texturas y creando sensaciones. Se desarrollará físicamente la maqueta del primer número de la revista, mediante las labores de documentación, investigación y redacción.

El proyecto empezó con la fase de documentación sobre diseño editorial, diseño de revistas, búsqueda del nombre (*naming*), portadas, materiales, formatos, maquetación y tipografía. Este proceso de documentación sirvió para la realización de la maqueta, en la cual se pretende reflejar estos conocimientos adquiridos. Se desarrolló el concepto general de la revista, el *briefing*, el cual nos ayuda a especificar las características básicas del proyecto, como elecciones de formato, estilo, textos, imágenes, etc. El *contrabriefing*, es la corrección del *briefing*, amplia información sobre el proyecto, como por ejemplo, los valores que se van a reflejar y cómo se comunicarán, el tipo de público al que va dirigido, etc.

A la cabecera se le ha dado mucha importancia ya que es la esencia de la revista, lo que va a marcar su carácter y personalidad junto con la portada. Para la portada y contraportada se busca la experimentación con los materiales. Cada número incorporará sutiles añadidos, como serigrafía, tintas especiales, troqueles, etc., ofreciendo diferentes sensaciones al lector, aumentando la originalidad de la portada. Se pretende crear en el lector curiosidad, para que quiera conocer qué tendrá de novedoso el siguiente número de la revista.

En los interiores, los artículos serán muy dinámicos, las imágenes que les acompañen serán muy llamativas, buscando el interés del lector en la revista con una estructuración de los contenidos que resulte amena y estimulante.

Para la difusión de la revista se utilizarán medios digitales, la página web de la revista, redes sociales como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, además de otros más convencionales como los carteles.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1 METAS Y PRINCIPALES OBJETIVOS

La meta que pretendemos alcanzar es crear una revista con personalidad, profesionalidad y calidad. Los objetivos principales que nos van a ayudar a conseguir esta meta son, en primer lugar, construir la contextualización general del proyecto, en segundo lugar, seleccionar los contenidos principales, y por último, estructurar el diseño de la revista.

Para construir la contextualización será necesario disponer de las fuentes de información relacionadas con el proyecto, seleccionar la información más adecuada y tras su análisis, determinar los contenidos a utilizar.

Estos contenidos seleccionados tendrán que ser coherentes con la narración para entretener al lector. La información de los contenidos será novedosa y actual.

Conforme a la estructura estipulada del diseño, se pretende generar equilibrio y armonía en toda la maqueta de la revista, eligiendo un patrón de estilo que le dé fluidez. Dentro de éste, organizar las formas y coordinarlas adecuadamente dentro de la maquetación predeterminada de la página. El conjunto de la revista tendrá un diseño actual, moderno e innovador.

2.2 PROCESO DE TRABAJO

En la primera parte del proyecto se inició un proceso de investigación del diseño editorial en revistas impresas, para conocer la estructura interna de las revistas, su proceso de creación y el equipo necesario para llevarlo a cabo. Se buscó la información en libros de diseño gráfico, diseño editorial, de revistas, gramática visual y tipografía, generando un contexto general para el proyecto. Se seleccionó la información más adecuada, planteándonos las características conceptuales de la revista, decidiendo los diferentes temas y monográficos de los primeros números.

Se plantearon las bases principales del funcionamiento de la revista, su periodicidad, continuidad, los números especiales y lugares de distribución. Con el concepto general claro, el siguiente paso fue pensar en la estética de la revista y los valores a los que apelaría.

Los referentes en los que nos basamos para el diseño de las portadas, fueron revistas del mercado actual con un estilo innovador, buscando la peculiaridad de que tuvieran texturas en sus portadas.

Para los contenidos se utilizaron páginas web de información donde se publican artículos sobre diseño, ilustración y otros medios, de las cuales se seleccionaron los más interesantes.

Se continuó el proyecto con el desarrollo de la maqueta del primer nú-

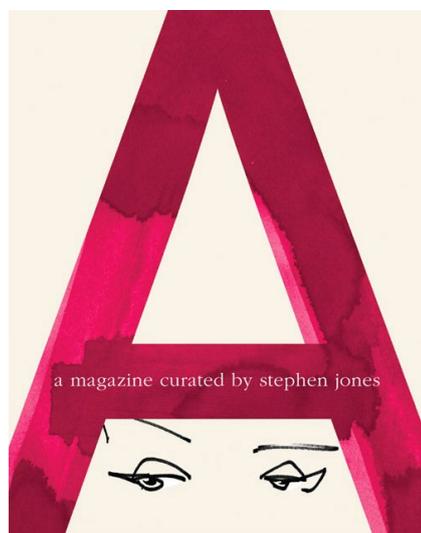


Imagen 00.

A magazine curated by. Portada, número 12.



Imagen 01.

Fukt magazine. Portada, número 7 1/2. 2009.

mero, comenzando con la búsqueda del nombre, con la particularidad de que fuera un nombre en inglés para su mejor reconocimiento internacional. Una vez seleccionado el nombre, se hicieron diferentes diseños de portada, probando formatos, colores, composiciones, etc., buscando una jerarquía visual coherente pero original, reflejando con ingenio y creatividad el tema principal del número.

Ya que en nuestras portadas se trabajará con técnicas que ofrezcan relieves al papel, se investigó sobre las imprentas y talleres de la localidad (Valencia), en las que trabajasen con varias técnicas de estampado o impresión.

Una vez definida la portada, se realizaron pruebas de diseño de la contraportada. Se investigó sobre contraportadas alternativas en las que ofrecer algo diferente, como por ejemplo, otra opción de portada del número, o la continuación de los motivos o imágenes aplicados a la portada.

Se continuó con las páginas interiores, buscando artículos interesantes sobre el tema principal y otros que se relacionaran de una forma coherente, a la vez que entretenida. Se seleccionaron los que más se ajustaban al carácter de la revista, pensando en una lectura amena para el lector. El sumario de la revista se organizó de forma que tuviera coherencia en el orden de los artículos y en el de las diferentes secciones, para que el lector tenga una clara visualización.

En la elección de los papeles se tuvo en cuenta su gramaje, el grosor, y la absorción de tinta, ya que, influirá en la visualización de las imágenes.

Se investigó sobre las diferentes formas que hay de encuadernar revistas, desde las encuadernaciones cosidas (Rústica cosida) o japonesas, muy interesantes pero con un precio muy elevado y que conllevan mucho tiempo de realización, la encuadernación fresada y sus diferentes tipos, encuadernaciones más experimentales pero a la larga menos prácticas.

2.3 RECURSOS DE INFORMACION EMPLEADOS

Los recursos utilizados para el estudio previo, elaboración de la revista y la maqueta, fueron libros y revistas especializadas, páginas web de revistas de diseño y de periódicos dedicados al diseño gráfico, la imagen y las comunicación como es *graffica.info*.

Los libros especializados son de autores expertos en el diseño editorial, tipografía, dirección de arte y diseño gráfico: Yolanda Zappaterra, Vince Frost, David Hillman, Enric Jardí, Matt Roach, Gavin Ambrose, Paul Harris, Christian Leborg, Andrew Haslam, Jeremy Leslie, Jorge de Buen Unna, Lewis Blackwell, Adrian Frutiger, entre otros.

Para la idea de la portada se investigó en revistas innovadoras como, *i-D*, *A magazine curated by*, *Fukt*, *Nozine*, *SVA*, *lamono magazine*, *Dazed & Con-*

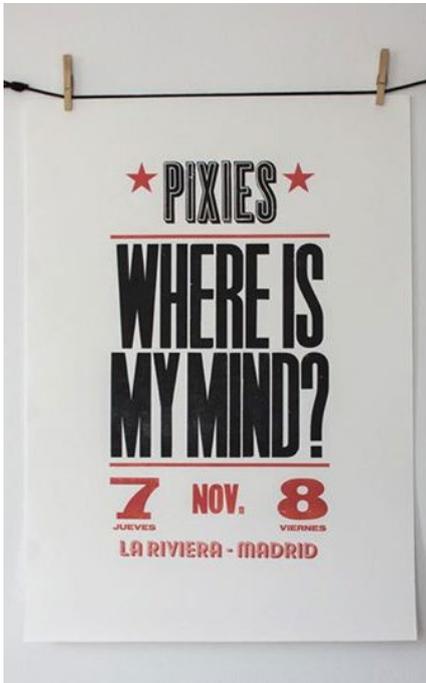


Imagen 02, 03.

Carteles de la Familia Plómez..

fused, IdN, huck, Eme magazine, Elephant, entre otras. Éstas sirvieron de inspiración para realizar una portada más minimalista, en la que con pocos elementos se lograra captar la atención del lector.

Los artículos del primer número de la revista se han buscado en la página web de la revista *Yorokobu* y en *graffica.info*. Se han buscado artículos que hablen de tipografía, de ilustración y de diseño gráfico, y ya que el monográfico del primero número va sobre el *Letterpress*, artículos relacionados con este tema.

En el monográfico de *Letterpress* se ha hecho un estudio previo de imprentas, talleres, etc., que sigan utilizando esta técnica de impresión: La Familia Plómez, Granja gráfica, El calotipo, libros de Charlotte Rivers..., en los que nos hemos inspirado en sus composiciones de letras, para los títulos de los artículos de *Letterpress*.

3. CONTEXTO DEL PROYECTO

3.1 DISEÑO EDITORIAL IMPRESO

El diseño editorial es una forma de periodismo visual, cuya función es informar, entretener, instruir o desarrollar el conjunto de estas acciones, las cuales, generalmente, necesitan utilizar la relación de imagen y texto y sus diferentes combinaciones para comunicar de forma clara el contenido. La relación de estos elementos, ya sea entre ellos o en el esquema general del diseño, influirá en la manera en la que los lectores percibirán el contenido. Cada uno de los elementos que componen una publicación cumplen una función diferente. Como ejemplo, las imágenes son siempre un reclamo para el lector, ya sea en la portada como en los interiores. La función del diseño editorial es principalmente la de dar personalidad y expresión a los contenidos de una forma clara, captando la atención de los lectores y con el propósito de ser un material útil e informativo.

El diseño editorial también se puede considerar una plataforma para la creación de nuevas formas estilísticas, que habitualmente adoptan los demás campos de la comunicación visual.

La otra función principal del diseño editorial es la de reflejar la cultura y el espíritu de innovación y experimentación de la época.

Entre los diferentes tipos de diseño editorial, las publicaciones más conocidas son las revistas, los periódicos y los suplementos, aunque no podemos olvidarnos de otras publicaciones como los libros, fascículos y catálogos. Para este proyecto, analizaremos más profundamente las publicaciones periódicas que son las que establecen las pautas que siguen el resto.

Los **periódicos** son un medio de transmisión de ideas y noticias. El diseño es una parte fundamental, ya que hay mucha información y se tiene que organizar y presentar de manera que al lector se le haga fácilmente comprensible. El diseñador utiliza una serie de elementos, como la tipografía del texto, los destacados y entradillas, ilustraciones y espacios en blanco para componer la combinación más correcta de estos elementos. Conforme los artículos van aumentando su extensión y complejidad, la maquetación y la tipografía cobran mayor importancia, y los diseñadores tienen que crear nuevas formas y estilos para lograr una mejor legibilidad de los contenidos.

La maquetación se encarga de potenciar o devaluar cómo se va a ver la información de una obra. Una maqueta innovadora y creativa le dará a la obra mayor potencia visual, mientras que una maqueta más modesta hará que resalte más el contenido de la obra. La maqueta debe permitir al lector una fácil navegación por los elementos, tanto en medios impresos como en los digitales. Por ello, se establece una plantilla en la que se maquetarán los contenidos, intentando siempre llamar la atención del lector, con una coherencia visual y narrativa que se mantenga en todos los artículos.

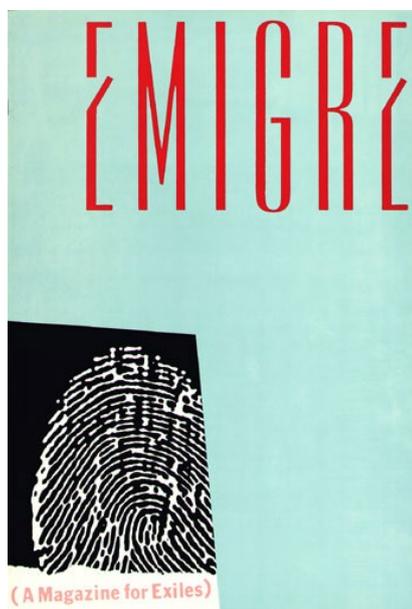


Imagen 04.

Emigre. Portada, número 1. 1984.

Los **suplementos** son revistas que se venden junto a los periódicos. Adquirieron un gran prestigio en el mundo del diseño editorial en los años 90, pues suponían un desafío muy atractivo para los diseñadores, ya que podían experimentar con mayor libertad, con la tipografía, los formatos y la maquetación.

Las **revistas** son la versión mejorada de los periódicos, debido a su mayor profundidad en el tratamiento de los contenidos, mejor calidad del papel, del encuadernado y de las tintas. En el siglo XIX tuvieron un papel muy importante en el día a día de todas las clases sociales. Había revistas para cualquier profesión, interés y pasatiempo. Tras varios siglos de popularidad entre la sociedad, las revistas se encontraron con las nuevas tecnologías, pero no supuso ninguna amenaza gracias a los diseñadores y a los editores que consiguieron adaptar las revistas al nuevo cambio.

Según Vince 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 lo general tienen una apariencia distintiva y generan una sensación inconfundible.”¹

Surgieron en Inglaterra, a principios del siglo XVIII, las primeras revistas semanales, que a diferencia de los periódicos, eran mucho más analíticas. Los editores americanos y continentales se apresuraron a copiar a los ingleses, y sus lectores les exigían nuevas sensaciones por lo que se vieron obligados a poner a prueba sus posibilidades y a explorar nuevos espacios. Debido al vacío legal en cuanto a plagios, salían nuevas revistas o libros con el mismo material de otros, por ello, las revistas luchaban por su diferenciación de las otras. La pionera del uso del grabado en las ilustraciones fue *The Penny Magazine*, publicada en 1832 en Inglaterra. Fue el principio de los grandes avances en la experimentación de las revistas ilustradas de mediados del siglo XIX, con el objetivo de captar la atención de los lectores.²

1. ZAPPATERRA, YOLANDA. *Diseño editorial. Periódicos y revistas*, p. 12.

2. Para ampliar información véase: *ibid*, p.6.

Imagen 05.

Elephant. Dobles páginas, número 8. 2011.



3.2 FUNCIONES Y TAREAS DEL DISEÑADOR EN LAS REVISTAS

Las revistas son el mejor testimonio de la estética y pensamiento de la época en que se publican, ya que son hechas para los lectores. Varían dependiendo del país en las que son publicadas. Pueden ser de temas generales, de *hobbies*, de moda, de cualquier campo en el que el lector esté interesado.

Ya que las revistas son un medio principalmente de entretenimiento y secundariamente de información, lo primero que se suele hacer al coger una revista, es mirar e interactuar, se hojeará hasta seleccionar el texto que más llamativo y entretenido le parezca al lector, por ello, se deben disponer los elementos de una forma intuitiva para conseguir crear una ruta clara para el lector, y de esto, se encarga el diseñador editorial.

La función del diseñador es aportar personalidad, coherencia y organización para que el contenido sea fácilmente comprensible. Para esto, utilizará diferentes grosores y tamaños de tipografía, con los cuales creará destacados, entradillas, titulares, etc. También se encargará de la organización de las páginas, mediante la maquetación de las imágenes, textos y otros elementos, para que su relación permita contar la historia de la forma más clara y coherente posible, para conseguirlo, el diseñador tiene que hacer de editor y reflejar a la perfección lo que la revista quiere decir, apoyándose en el diseño para representarlo de la mejor forma.

Como explica David Hillman: “La dirección artística no consiste en establecer retículas o diseñar cabeceras, ni siquiera en conseguir una bonita combinación de texto e imágenes. Por esto, los diseñadores tienen que hacer la fun-

ción de editor, es más, lo más importante del diseñador o director artístico es que tenga un profundo conocimiento de la personalidad de la revista y de lo que quiere transmitir, para, mediante el diseño reflejarlo adecuadamente.”³

La función del diseñador ha sido siempre crucial, es el encargado de aportar expresión a los elementos que componen la revista, para poder ser reconocida como un todo de forma coherente, y poder atraer a los lectores. Estos elementos se deben disponer de forma que el lector encuentre todo lo que le interesa fácilmente. Pero el mérito no es sólo del diseñador, hay un gran equipo detrás de una revista. Los elementos ya nombrados, son recopilados por personas que proceden de diferentes entornos, los principales actores del proceso son el diseñador y el editor, que para el éxito del diseño editorial tienen que tener perfecta relación laboral, entender los trabajos de cada uno y apoyarse. Igual de importante es la relación que tengan con su plantilla. Este equipo, generalmente, esta formado por, el director o editor, que es el último responsable del contenido de la publicación. El director o editor artístico, responsable de la organización y jerarquización de los contenidos. El jefe o editor de producción que se encarga de supervisar la compilación física de todo el material. El redactor jefe o jefes de sección, se ocupan de las correcciones de las pruebas para asegurar su coherencia estilística, ortotipografía, gramática, etc. Director de fotografía, los diseñadores responsables de la maquetación de acuerdo con las pautas establecidas por el director artístico, el jefe de estudio, plantilla de redacción y por último el departamento de publicidad.

En la realización de la maqueta de una revista hay que tener en cuenta diversos factores, la planificación, el ciclo de producción, los factores prácticos, factores del diseño en los que hay que tener en cuenta las cuestiones espaciales, la forma, la proporción, el color, las tensiones, repeticiones, ritmo, fluidez, etc. Todos estos factores afectan a las cuestiones a las que tiene que enfrentarse el diseñador, él se encargará de decidir el grado de rigidez o innovación de la maqueta y si los elementos se complementarán o se enfrentarán para crear armonía o discordancia.

Luis Mendo en el prólogo de *TypoMag*, “El director artístico de una revista resulta una figura importante, resulta ser alguien clave en la toma de decisiones, es el que consigue que un lector se muestre o no interesado por algo.”⁴

3. *ibid*, p.17.

4. MESEGUER, LAURA. *TypoMag*. 2011, p.5.



Imagen 06.

Futu. Portada, número 6. 2008.



Imagen 07.

Futu. Dobles páginas, número 6. 2008

3.3 LA TIPOGRAFÍA EN LAS REVISTAS

La tipografía es la técnica o el arte con la que se reproduce la comunicación mediante la palabra impresa. Y esta comunicación se realiza a través de los títulos, subtítulos, párrafos, columnas...

Dentro de estos apartados influirá el tratamiento que se le de a la tipografía para que el lector haga una mejor lectura, dependerá de la fuente elegida, del tamaño, del interlineado, del color, si está o no destacada de alguna forma, etc. En las revistas la tipografía crea la estética y el ritmo de las páginas, es la encargada de guiar al lector por la publicación, y a la vez, sorprenderlo. La revista tiene distintos apartados en los que la tipografía tiene diferentes funciones, y eso es lo que vamos a describir ahora, ya que estas diferenciaciones son muy importantes, son las que dan la coherencia a la revista y crean su estructura.

Las partes más importantes en las que la tipografía tiene una función esencial son: La portada, los separadores, los artículos y el cuerpo de texto.

En la portada

En las portadas podemos encontrar diferentes formas de tipografías, en la cabecera y en los titulares. Pueden ser tipografías ilustradas o hechas a mano como en la revista *FUKT* en la que varían su cabecera en cada número pero siempre utilizando tipografía hecha a mano. Tipografías clásicas, estilo romana, que aportan seriedad y consistencia a la portada como en *VOGUE* o *TIME*. Luego están las tipografías que se hacen a medida para la revista por diseñadores tipográficos, ofreciendo mayor claridad en el mensaje, originalidad y exclusividad. Todas cumplen la función de transmitir un determinado mensaje al lector, definiendo el estilo de la revista.

Artículos

Para el inicio de los artículos, la tipografía puede presentar las mismas formas nombradas con anterioridad, pueden ser hechas a mano, personalizadas, de palo seco o con remates como las más clásicas. La tipografía del título tiene la función de atraer al lector, por lo que tiene que ser llamativa, ya sea, por el tamaño, color o forma. Los textos que le acompañan deben tener una buena jerarquía visual y ser del tamaño y color adecuado, reflejando alguna característica de la información del artículo mientras establece una función dinámica con el resto de los elementos.

Cuerpo de texto

Diseñar y escribir en una revista es un trabajo muy intenso, ya que estos procesos pueden tener que realizarse simultáneamente. Por ello el estilo tipográfico tiene que estar definido con antelación y comprobar que funciona con el diseño establecido, y todo esto con el margen de tiempo establecido por la imprenta.

Para los textos de los artículos se debe utilizar un esquema de diseño, predeterminando la tipografía, el grosor y el tamaño. Se crearán diferentes estilos para las diferentes partes que componen el artículo. La tipografía del título de un reportaje o artículo deberá tener un tamaño superior al de los otros elementos, con el fin de estimular al lector y tentarle a leerlo. Las entradas son una descripción más amplia del artículo o reportaje, siempre van pegadas al título, por ello su visualización tiene que ser clara, con un tamaño y un grosor mayor al del cuerpo de texto.

El cuerpo de texto, como principal componente de la maqueta de la página puede tener diferentes formas y su estructura variará dependiendo del margen que se le deje a los lados. Sus posibles formas de presentación son: justificada, alineada a la izquierda o alineada a la derecha. La más común es la alineación izquierda ya que es la más cómoda para la lectura, teniendo en cuenta que el ancho de las columnas no sea ni muy ancho ni muy estrecho, para que pueda leerse con facilidad. El diseñador debe encargarse de darle al texto un aspecto ligero y atractivo, debe revisar los espacios entre las palabras para que no queden ríos o calles tipográficas, ya que distraen la atención del lector.

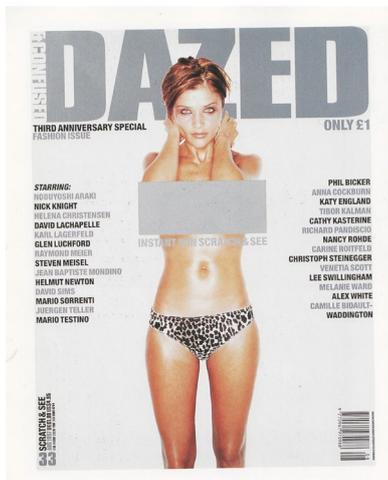


Imagen 08.

Dazed & Confuse. Portada, número 33, agosto, 1997.

3.4 TÉCNICAS GRÁFICAS DE IMPRESIÓN

Las técnicas gráficas han evolucionado a lo largo de los años. Una de las primeras técnicas que surgieron fue la impresión tipográfica, con la creación de los tipos móviles por el alemán Johannes Gutenberg en el siglo XV, en la que se fundían en metal distintos caracteres con los que los tipógrafos podían componer palabras para imprimirlas sobre papel, y poder utilizar estas mismas piezas para otro texto y realizar cuantas copias se quisiera. Más antiguamente, se hacía por impresión xilográfica o manualmente con caligrafía. Para texto corto ofrece otro tipo de acabado y expresión que puede ser favorecedor, pero para textos extensos el trabajo era más costoso. El método de Gutenberg agilizó y abarató la escritura de textos largos, fomentando el aumento de la alfabetización.

En el siglo XVI ya se denominó a la impresión, escritura mecánica, pero según iban avanzando los tiempos se requerían máquinas que produjeran más cantidad de copias al día, fue en Bélgica donde dos impresores lograron imprimir 1.250 hojas al día por ambas caras usando una prensa de madera.

En los años 70 se introdujo la **litografía** con la que producían revistas y libros ilustrados. Con esta técnica se transfiere la tinta directamente de una plancha al papel, las planchas son de aluminio o de zinc con una superficie finamente granulada a la que se le aplica una ligera capa de agua. A continuación se aplica una sustancia oleosa sobre las áreas de imagen en la plancha y la superficie no impresora mantiene la película de agua. La tinta se adhiere únicamente a las zonas oleosas y la repelen las partes húmedas no impresoras, así se transfiere la imagen al papel.

La **serigrafía** es una técnica con la que se pueden hacer impresiones sobre distintos materiales, ya que transfiere mucha más tinta que otros procesos de impresión. Hay que tener en cuenta la capacidad de absorción de tinta de dicho material, ya que si absorbe mucha tinta, el color quedará más apagado que si no absorbe casi, pues otra particularidad de la serigrafía es la saturación y la intensidad del color en las imágenes, ofreciendo un resultado mucho más atractivo. La serigrafía evolucionó a partir del estarcido, un antiguo proceso con el cual estampaban dibujos pasando una brocha con tinta por una plantilla con el dibujo recortado. A comienzos del siglo XIX, adherían las plantillas a unas pantallas de tela, haciéndolas más duraderas. En 1907 se creó una patente de serigrafía la cual especificaba que el proceso hacía uso de una pantalla de malla y una rasqueta, pieza de madera a la que va adherida una tira de goma, con la que se arrastraba la tinta a lo largo de la superficie de la pantalla. La característica más especial de la serigrafía es, la posibilidad de realizar superposiciones de color, pudiendo imprimir tres colores con solo dos tintas, mediante la superposición de ambos.

El **termorrelieve**, también conocido como falso relieve, es un proceso de impresión que a menudo se combina con la litografía y la impresión tipográfica. La técnica consiste en rociar cristales o polvo sobre la tinta recién impresa y aún húmeda, se expone a una fuente de calor y esto hace que se alce en relieve sobre la superficie impresa. Los cristales, producen una gama de acabados, brillo, satinado y mate, los polvos, pueden ser metálicos, los cuales producen un acabado metalizado que resulta más económica que una estampación metálica en caliente. Las diferentes opciones de acabados están disponibles en diferentes tamaños de partículas, las extrafinas para tipos menores de 14 pt, las finas para tipos entre 14 y 30 pt, las medias para tamaños de hasta 48 pt y las gruesas para las superiores a 48 pt. El termorrelieve es una alternativa al gofrado tradicional y puede ser utilizado para crear puntos en Braille, ya que pueden imprimirse en un barniz transparente a la vista.

Por último, el **grabado** mecánico y manual, consiste en dibujar una imagen sobre una superficie rígida, a la cual se le denomina matriz, creando huecos y formas en el material que, al entintarlo, se transfieren al papel. Los materiales en los que se suele grabar son la madera, el linóleo o la piedra. Los huecos se realizan mediante materiales punzantes o mediante procesos químicos.

La primera máquina de grabado fue inventada en el año 1798 por el académico de Napoleón, Nicholas-Jacques Conté. La máquina constaba de una gran mesa sobre la que se sujetaba una plancha de cobre. En la superficie de la plancha, se deslizaba un puente que permitía que una cuchilla de corte (buril) se desplazara en sentido horizontal y vertical para grabar en el cobre líneas de anchura y profundidad de la línea del grabado, lo que variará el tono de gris de la impresión final.

Las letras que se grababan a mano, se realizaban mediante la incisión de líneas en una placa de metal con un buril. Este proceso se desarrolló fundamentalmente para la decoración objetos de metales preciosos. Los metales que se podían grabar eran el hierro, peltre, zinc y cobre. Teniendo en cuenta que no fueran más duros que la punta del buril para que el grabador no tuviera que realizar tanto esfuerzo. Esta técnica la siguen utilizando artistas de grabado, impresores artesanos, plateros y joyeros, para la platería, decoración en objetos, y para el grabado de planchas, donde se realizan los diseños para imprimir.⁵

5. Para ampliar información, véase: HASLAM, ANDREW. *Manual de Lettering*, p. 90.

4. DESARROLLO DE LA REVISTA

4.1 CABECERA

Cada revista transmite un mensaje. Para su confección, se elaboran unas pautas de estilo con las que se representan los valores que se quieren transmitir. La portada será la encargada de expresar bien este mensaje, y la cabecera es la parte fundamental para reflejar los valores de la revista. Para confeccionar un mensaje claro y coherente, es necesario saber a que público va a ir dirigido.

El estilo debe de ser constante en sus números para que al lector le resulte familiar cada número nuevo de la revista.

Para este proyecto, los valores en los que nos hemos centrado son: respeto, igualdad, actualidad, ecología, creatividad, rigurosidad e innovación. Con la cabecera queríamos reflejar alegría, solidez y modernidad, por lo que se seleccionó **MAY** (Mayo en inglés) como nombre de la revista, el cual nos pareció el más adecuado por la vitalidad que transmite este mes.

Ya que esta palabra, presenta unos espacios entre letras que alejan a la i griega del resto de la palabra, se configuró una solución para que los espacios se igualaran, utilizando otra i griega con una rotación de 180 grados creando la forma de la A con la que se compensaron los espacios entre las letras. A la vez, se generaron unas contraformas geométricas que dirigían la mirada de abajo arriba por todo el nombre dándole ritmo a la cabecera.

Se utilizó la tipografía de palo seco *Gill Sans*, en su peso *Bold*, el más grueso, para darle mayor consistencia a la cabecera. Esta basada en las romanas antiguas y es una tipografía muy legible, con una gran personalidad.

La cabecera esta situada en la parte superior izquierda de la portada, dejando un gran espacio de margen superior, ya que ésta tiene una masa de volumen contundente hay que equilibrarla bien, distribuyendo los pesos visuales por toda la cabecera adecuadamente.

Tendrá libertad de movilidad en cada número, pudiéndose situar por cualquier zona de la parte superior de la revista, consiguiendo así la perfecta combinación con la imagen de portada.





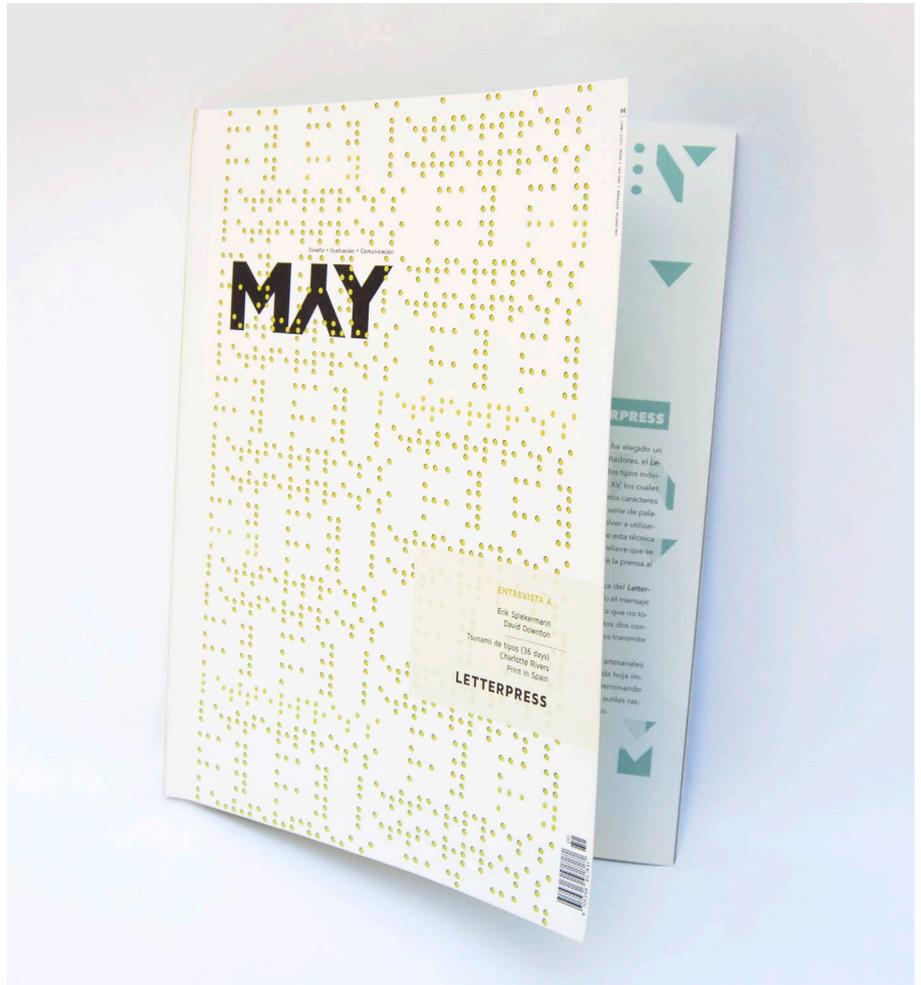


Imagen 09.

May Magazine. Cabecera. Prueba del negativo y test de reducción.

Imagen 10.

May Magazine. Portada, número 00.
2014.



4.2 PORTADA Y CONTRAPORTADA

La portada es una de las partes más importantes de las revistas, ya que es el primer elemento que se ve de la publicación. Necesita ser llamativa para destacar entre las otras revistas. También tiene que resultar familiar al lector y que exista una diferenciación clara con los otros números. Como hemos comentado en el punto anterior, la revista expresa un mensaje al lector, y la portada es una de las claves principales para la percepción de este.

Las contraportadas son muy reclamadas por los anuncios, ya que tienen una gran visualización. Pero en una revista de autoedición en la que los anuncios no representan un elemento importante, esta parte se utiliza para crear una contraportada única, permitiendo mayor juego de imágenes, combinándola con la de la portada, reforzando así el mensaje que transmite la revista.

En la revista MAY, la portada pretende crear emociones en el lector mediante el tacto y la vista. Para el tacto se utilizarán diferentes materiales y técnicas para elaborar portadas creativas y muy sensoriales. Visualmente se generarán diferentes capas de imágenes y elementos para dar la sensación

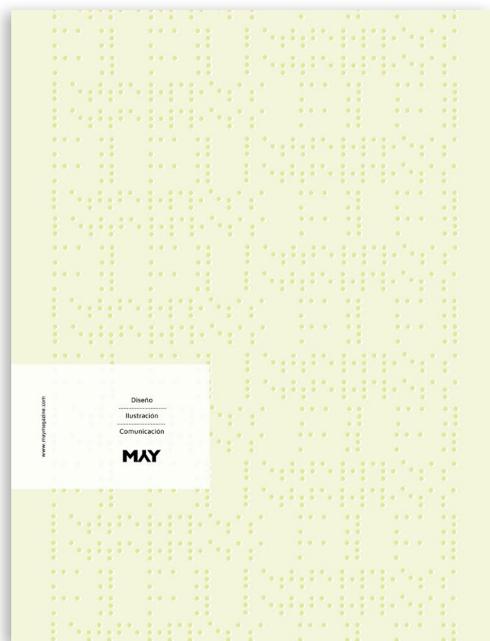


Imagen 11, 12.

May Magazine. Contraportada,
número 00. 2014.

de profundidad, jugando con la mirada del lector. La información de los contenidos que aparecerá en la portada, serán los artículos o reportajes más importantes junto con el monográfico principal del número, intentando siempre, no sobrecargar la portada para que el mensaje sea claro y preciso.

En las portadas se valorarán una serie de técnicas para que todos los números incorporen profundidad y textura, ofreciendo al lector una sensación diferente en cada uno.

Las técnicas se basarán sobretodo, en las diferentes formas de estampación tipográfica, como la impresión xilográfica o tipográfica, según lo que se precise, si es una tipografía más personalizada y de un tamaño considerable, se utilizará la xilografía para desarrollarla. Para realizar una portada con tipografía bajorrelieve y con un matiz más artesanal se utilizará la impresión tipográfica.

También se utilizará la técnica de termorrelieve, para crear otro tipo de volumen y de textura, ya que te permite crear altorrelieve, ya no solo en tipografía, sino también en otros elementos.

La serigrafía se utilizará para aplicar colores especiales como los fluorescentes o metalizados en alguna zona concreta, para ofrecer otra textura en la portada y para realizar superposiciones de diferentes colores creando mezclas de colores con contrastes.

En la contraportada se continuará con la estética de la portada, planteando otra visión de la misma o haciendo unión de las dos, utilizando una única imagen en la portada y la contraportada, siguiendo siempre la misma estética. No se le aplicarán las técnicas anteriormente nombradas, para no sobrecargar y abusar de la técnica.

Para el prototipo del primer número de la revista, la portada esta basada en los punto de la escritura *braille*, mediante la que se han escrito las palabras *Letterpress* y el nombre de la revista, *May*, creando una malla a lat que se le ha dado relieve con la técnica del *Letterpress* (impresión tipográfica) para crear esa textura característica de la revista que hemos comentado con anterioridad.

El lomo (*m.* Parte del libro opuesta al corte de las hojas, donde se sitúa el nombre, el tema, el número y en algunos casos la editorial), siempre tendrá el color predominante de la portada, se colocará el tema del monográfico, el nombre y el número de la revista junto con el tema principal del que trata la revista (Diseño, Ilustración y Comunicación), permitiendo que ya una vez almacenada puedas identificarla rápidamente visualizando el número y el monográfico.

4.3 MAQUETA

Para la creación de la maqueta hay que tener en cuenta diferentes aspectos, como son: las funciones de la plantilla en la maquetación, la creación de la identidad corporativa, aspectos más específicos como el espacio, la cantidad de espacio, el tiempo, el coste o el propósito. También factores más técnicos como los estilos tipográficos, los cuerpos, la simetría o las imágenes, junto con los elementos que abarcan los citados anteriormente, como son los estilos y las técnicas.

En la maquetación de las páginas es necesario crear una retícula base para componer y distribuir de la mejor forma los elementos, la cual, contiene columnas, medianiles, márgenes, línea base y marcas de corte.

Para crear armonía en la maqueta los elementos deben estar muy regulados. En una estructura de maquetación rígida, se deberá utilizar un tono general uniforme, una retícula tipográfica rígida, cuerpo de texto pequeño, un interlineado adecuado, titulares con la misma familia tipográfica que el cuerpo de texto, etc. Así, el aspecto general que transmitirá será de serenidad, sin que ningún elemento destaque más que otro dentro de su función. Esta forma de componer los elementos es más adecuada para libros. Por el contrario, cuando se busca discordancia y riesgo en el diseño, como es el caso de las revistas, se jerarquiza la información y se pretende provocar una respuesta emocional en el lector. Con la unión de armonía y discordancia se llegará a unas combinaciones que generarán mucha expresividad, relevancia y libertad con las que se expresará un significado particular.

Otra opción de diseño es utilizar sólo la discordancia, utilizada para expresar algo de forma diferente y alternativa. Diseñadores como Neville Brody en *The Face* y David Carson en *RayGun*, han fusionado el estilo y el contenido, creando un diseño imprevisible y poco tradicional. Esta opción de diseño es muy novedosa y llamativa.



Imagen 13, 14.
May Magazine. Dobles páginas,
número 00. 2014.

En la revista propuesta en el proyecto, se ha combinado la armonía con la discordancia. El cuerpo de texto se ha compuesto de forma más regular y constante, y a los titulares y elementos gráficos se les ha dado más discordancia a la hora de la maquetación en la página. Con esto se pretende darle un aspecto muy visual y sugerente a la revista, para captar la atención del lector.

4.4 INTERIORES

Para los interiores de la revista, se busca siempre sorprender y entretener al lector, utilizando imágenes impactantes, ilustraciones potentes y otros elementos que aporten a la página singularidad. Para ordenar estos elementos en la página, es necesaria una retícula. La retícula ayuda al diseñador a estructurar el contenido, el formato y su aspecto. Tal como explica Josef Müller-Brockmann, “El uso de la cuadrícula como sistema de ordenación es la expresión de una cierta actitud mental ya que muestra que el diseñador concibe su obra desde un punto de vista constructivo y orientado hacia el futuro”⁶.

Para la composición se ha tenido en cuenta que haya una buena legibilidad en los textos, alternando imágenes para que resulte amena la lectura y pueda ver gráficamente lo que esta leyendo. Se ha organizado de forma que haya ritmo en las páginas con la ayuda de un *flatplan* previo, para una mejor visualización del orden de los contenidos y de su estructura. Aunque el lector no empiece la lectura por el orden estipulado de visualización de la revista, se pretende que siempre haya coherencia en los contenidos.

Los contenidos se dividen en diversas partes, el sumario, el apartado de noticias, las aperturas de las secciones, los artículos o reportajes y las páginas finales.

El sumario va cambiando en cada número acoplándose al diseño de la portada. Estas páginas siempre irán incluidas en la revista como un librito, teniendo menos ancho que la página normal de la revista. Al apartado de noticias lo hemos llamado **Newsletter** ya que representa la parte informativa donde se exponen las noticias más recientes. Las aperturas de sección van a doble página compuestas por un titular de sección e imágenes. Para los artículos o reportajes habrá diferentes composiciones de titular para diferenciar los apartados, las entrevistas, artículos cortos, reportajes, etc. En las páginas finales, se anunciará el siguiente número de la revista, se pondrán las colaboraciones e información complementaria. El texto para estos apartados se ha dividido en titular, subtítulo y texto base, en los que el tamaño y grosor varían para crear una jerarquía visual y que el lector identifique claramente los elementos.

6. AMBROSE-HARRIS. *Layout*, p. 11.

Imagen 15, 16.

May Magazine. Dobles páginas, número 00. 2014.





Imagen 17, 18.

May Magazine. Dobles páginas, número 00. 2014.

4.5 MONOGRÁFICO

Monográfico es todo aquello que viene de la monografía o es relativo a ella. La monografía es un documento donde solo se trata un tema en particular. Se utilizan diversas fuentes de información, procesadas por uno o varios autores, lo que hace que pueda contener diversos puntos de vista, dándole mayor riqueza. Puede reflejar cualquier tema de interés y su contenido puede variar.

La revista tendrá siempre un monográfico que destacará de los demás artículos. La portada y contraportada estarán basadas en el monográfico junto con el sumario y los artículos relacionados. Generalmente tratarán temas que puedan interesar al público especializado o estudiante de diseño e ilustración, intentando dar a conocer las novedades del tema y aportar nuevos referentes. Se hablará de técnicas, de estilos, de procesos, etc.

El monográfico del primer número va sobre la impresión tipográfica, más conocida en su forma inglesa, *Letterpress*. Gracias a Johannes Gutenberg, creador de los tipos móviles en el siglo XV, los tipógrafos podían componer una serie de palabras e imprimirla sobre papel. El sistema de Gutenberg ha permitido imprimir letras de forma rápida y económica, lo que llevó a un aumento de la alfabetización. Este método de impresión ha persistido, con alguna modificación, hasta nuestros tiempos. Uno de los motivos por los que aun sigue en boga, es el relieve que produce al presionar el tipo de metal o de madera sobre el papel, muy recurrido hoy en día para hacer tarjetas personales, carteles, etc.

El siguiente número será un monográfico sobre el Arte Urbano (*Street Art*). Englobando tanto al graffiti como otras técnicas utilizadas como las plantillas, los pósters, pegatinas, murales pintados incluso a pincel, ya que cada vez surgen más artistas, adquiriendo muchos de ellos, un alto renombre en la sociedad. Este monográfico tendrá como objetivo reforzar la validez y el trabajo de estos artistas para acallar comentarios negativos que se hacen de este arte.

4.6 ELECCIÓN Y USO DE LA TIPOGRAFÍA

En las publicaciones se procura crear una experiencia agradable al lector. La tipografía tiene una gran papel para que esto suceda, ya que va a ser la primera que reciba la atención, debe de tener una buena estructura para una lectura clara de los contenidos. En las revistas, el lector espera que esta estructura tenga alguna variación de forma, espacios, decoraciones, con un uso coherente de los elementos, cuidando la buena visualización de los tamaños más pequeños de letra y evitando aburrir al lector con largas columnas de texto.

Dependiendo del tipo de letra, el lector puede asociar un determinado sentimiento o emoción, por eso hay que tener muy en cuenta lo que se quiere reflejar, y utilizar la tipografía más adecuada para ello. En este proyecto hemos elegido la tipografía **Avenir Next** para el texto base y textos complementarios, diseñada por Adrian Frutiger. Presenta una gran familia tipográfica, con pesos desde el *Ultralight* (Ultraligera) hasta *Heavy* (Pesada). Es de palo seco y tiene una gran legibilidad.

En los separadores de secciones hemos utilizado la **Albatross** una tipografía con unas formas más especiales que le dan personalidad a la página. Para los artículos hemos combinado **AC Mountain** para los titulares, con **Big-mouth** para los subtítulos, cuya mezcla de caracteres curvos y finos dan sensación de elegancia en la página, siempre teniendo en cuenta la legibilidad y funcionalidad para una correcta transmisión del mensaje editorial.



Imagen 19.
May Magazine. Dobles páginas,
número 00. 2014.

Imagen 20, 21.

May Magazine. Dobles páginas, número 00. 2014.



4.7 MATERIALES

Los materiales en este proyecto tienen una gran importancia, ya que se pretende remarcar su valor. El papel es el protagonista principal de este proyecto. En cada número, habrá una incorporación de papel nueva, ya sea en un apartado concreto o en los separadores de secciones.

El papel se define por la materia prima de la que se extrae la fibra. Dentro de un papel hecho por el mismo tipo de fibra puede variar en el tratamiento que se le da a la pulpa, como su reducción, el lavado, decoraciones, como separan las fibras, etc. La máquina que elabora el papel determina su grosor, el peso, la superficie y el acabado. Por ello es muy importante saber que uso

se le va a dar al papel para seleccionar unas características concretas.⁷

Como hemos dicho hay una gran variedad de papeles, y cada uno tiene una utilidad concreta. Para la revista, hemos seleccionado un Freelife Vellum con un gramaje de 110 g. en los interiores, teniendo en cuenta, la absorción de tinta que permite, para que las imágenes tengan una buena visualización. En la portada, se ha utilizado el mismo tipo de papel de 215 g. que es suficiente para conseguir hacer una bajorrelieve. Se ha utilizado en la sección de *Newsletter* un papel continuo para darle ese aspecto de periódico y en el sumario un papel reciclado.

4.8 RECOPIACIÓN Y SELECCIÓN DE ARCHIVOS

Una vez elegido el monográfico del primer número, se buscaron artículos y entrevistas en webs y blogs de prestigio como *graffica.info*, *Yorokobu* y *Cosas Visuales*, en las que se seleccionaron los artículos más interesantes sobre el monográfico, diseño de producto, diseño de marca, tipografía, ilustración, y fotografía. De todos los seleccionados, se eligieron para el primer número artículos relacionados con la tipografía y la ilustración. Muchas de las imágenes que acompañan a los textos se buscaron en las páginas web de imprentas tipográficas españolas actuales, como la Familia Plómez, Oficio, El Calotipo, Industrias Lentas, Granja Gráfica, La Base Gráfica y otras internacionales como La Tipográfica, *Mōglea*, *Onfire*, etc., de las que también se sacó información para artículos e información sobre la técnica *Letterpress*.

4.9 ENCUADERNACIÓN

Las encuadernaciones pueden reforzar el mensaje editorial si se utilizan correctamente, por ejemplo, para una publicación que se preocupa por el medio ambiente y quiere reflejar o destacar lo hecho a mano, una encuadernación cosida o estilo japonesa reflejaría este mensaje. Un caso de experimentación máxima es el de la revista *Shift!* en la que las páginas, mediante un solo agujero en la esquina, se unieron con un gancho carnicero, ya que el tema de la revista iba de “carne”. Es importante tener en cuenta la sensación que produce el tacto de la revista al lector, ya que esto reforzará los valores que se quieren reflejar.

Hay diversos tipos de encuadernación, para las revistas, las más utilizadas son, en grapa, si la publicación es inferior a 5 mm, la cual le aporta ligereza y flexibilidad, la **rústica**, la más consistente, puede ir encolada o cosida, presenta tres tipos diferentes de encuadernación, la **rústica fresada** (encolado a la americana), con las hojas agrupadas por orden, se fresa el lomo, se encola y se pega a la cubierta, es la más económica, ofreciendo un resultado muy profesional, pero su vida útil no es muy larga. La **rústica PUR**, sigue el mismo

7. Para ampliar información, véase: MACLEAN, RUARI, *Manual de tipografía*, p. 93.

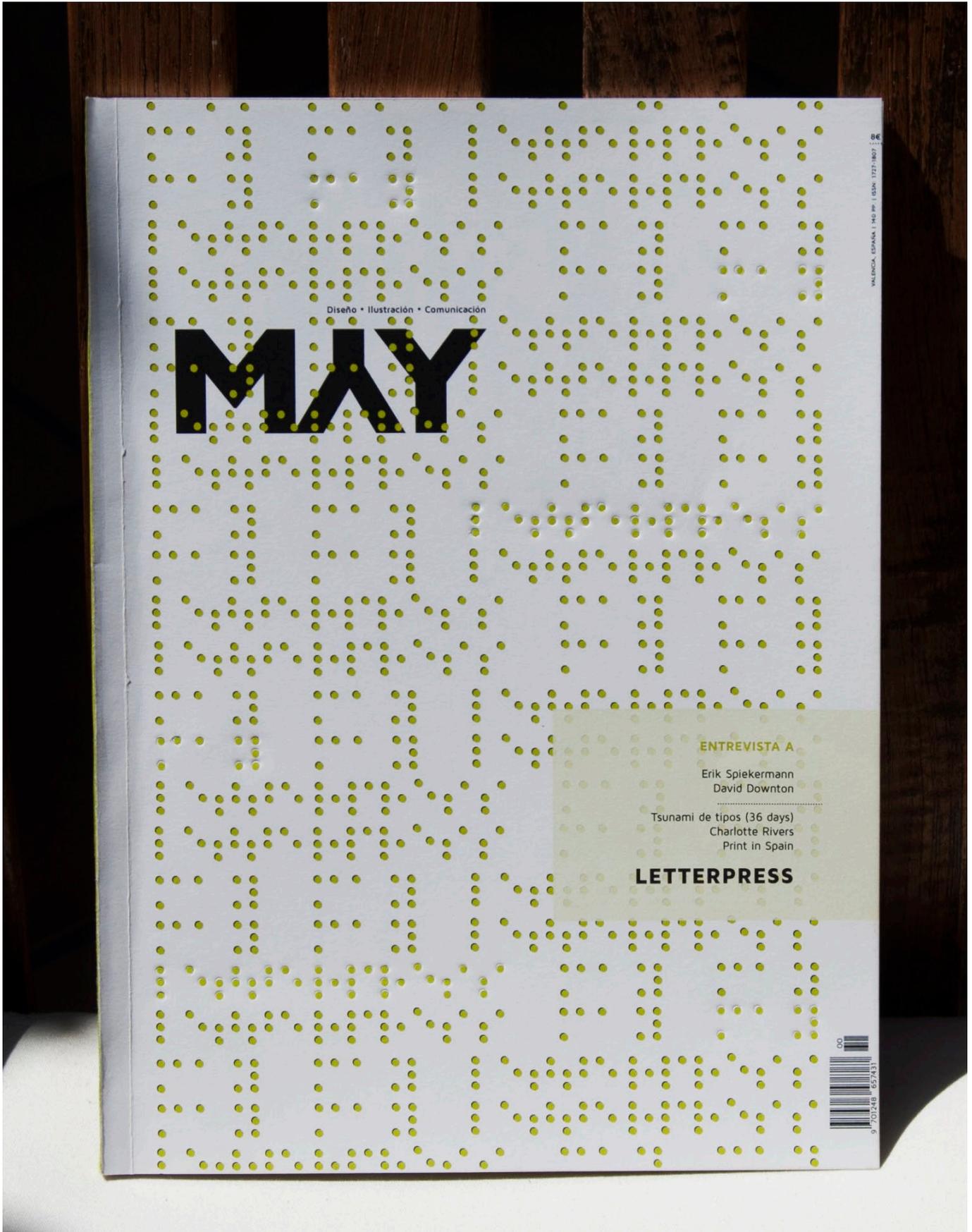


Imagen 22.

May Magazine. Portada, número
00. 2014.

procedimiento que la rústica fresada, pero se utiliza otro tipo de cola que sujeta más firmemente las hojas, consiguiendo así una mayor resistencia y duración de la revista. Por último, la **rústica cosida**, en la que se cosen los pliegos de las páginas uniéndolos en bloque, a los que se le aplica cola caliente para unirlos a la portada, es la encuadernación más resistente y la que mayor calidad presenta.

Para este proyecto, ya que se trata de desarrollar el prototipo del primer número de la revista May, se ha utilizado la encuadernación fresada, ya que le da un aspecto muy profesional y la suficiente durabilidad.

4.10 PRÓXIMOS NÚMEROS

Los temas de los siguientes números se valorarán a partir de lo que esté surgiendo en el momento, o lo que haya cobrado mayor importancia para analizarlo y entrevistar a los artistas mejor considerados, siempre relacionados con el diseño, ilustración u otros medios de comunicación gráfica.

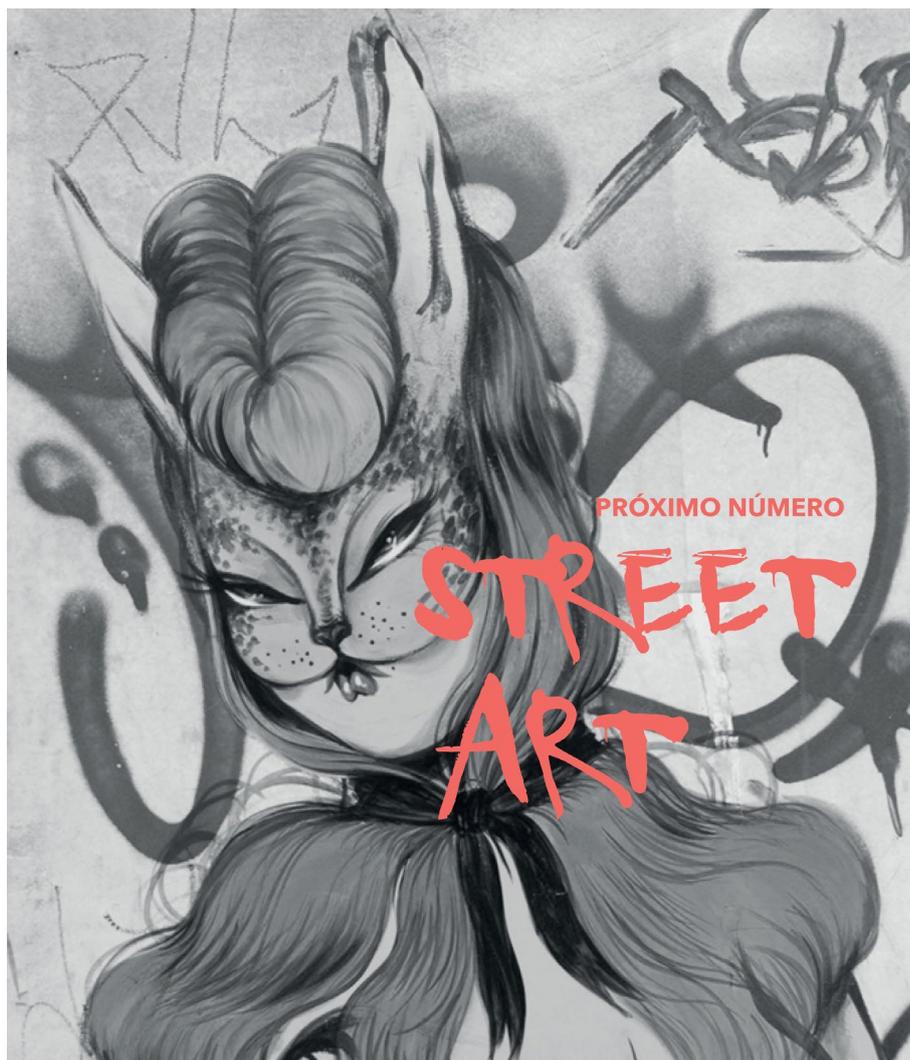
El siguiente número de la revista hablará sobre el Arte Urbano (*Street Art*). El cual tendrá una portada muy visual. Se utilizará el *spray* característico de este arte, para crear, mediante un estarcido, una zona resaltada de la imagen de fondo que irá en blanco y negro, creando una textura en la portada mediante el *spray*, que le dará al lector una mayor aproximación a este arte.

Todos los números contendrán una técnica especial, que irá cambiando en función del tema.

Habrá un número especial por año, que saldrá siempre en mayo, para homenajear al nombre de la revista, tendrá unas pautas de estilo más libres, en las cuales se podrá experimentar más con los formatos y las técnicas. En ella se recapitularán las portadas hechas anteriormente a ese número, empezando desde la primera publicada después del último número especial y se hará un resumen de los mejores proyectos y de las noticias más destacadas de ese año. Para la publicación de estos números especiales se hará una presentación en forma de evento, con música en directo y aperitivos, en el que se expondrán las portadas mejor valoradas y los contenidos más vistosos, regalando un pequeño recuerdo de la presentación a la gente que asista al mismo, creando así, una reunión festiva donde se encuentren profesionales del diseño, ilustración u otros medios de comunicación gráfica, con estudiantes y cualquier persona interesada en el tema.

Imagen 23.

May Magazine. Interiores, número 00. 2014.



4.11 PROMOCIÓN Y APLICACIONES

Los puntos de venta en los que se distribuirá la revista serán locales relacionados con el diseño o ilustración y librerías especializadas de Valencia y Madrid inicialmente, con el objetivo de extenderse a Barcelona, Zaragoza y Málaga. Se podrá pedir desde la web de la revista maymagazine.com, en la que también se podrán hacer suscripciones. En la web, aparte de poder ver digitalmente las portadas de cada número, se publicarán los artículos más destacados, entrevistas, noticias de última hora, etc. Se organizarán concursos para diseñar la portada de discontinuidad de mayo, ya que, como se ha explicado con anterioridad, la publicación de ese mes será más abierta en cuestiones de diseño y maquetación, abriendo las puertas a jóvenes diseñadores e ilustradores.

El mes de enero se regalará una agenda con la revista, de la que se encargarán diseñadores e ilustradores profesionales de maquetarla y diseñarla.

La revista también tendrá en cuenta las redes sociales, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* para mantener con los lectores y seguidores una relación más cercana, en las que se les adelantarán las noticias de los concursos, el evento del número de mayo, entrevistas, etc.

5. CONCLUSIONES

Una vez desarrollada todas las partes del proceso de trabajo, valoramos los resultados obtenidos. Conforme a los objetivos iniciales, consideramos que se ha hecho una buena contextualización general del proyecto, profundizando en los temas principales en los que nos hemos centrado como el diseño editorial en revistas, la tipografía y los materiales. Los contenidos seleccionados cumplen la función de entretener e informar, abarcando temas de diseño, ilustración y otras formas de comunicación gráfica de una forma coherente. En cuanto a la estructura de diseño, pensamos que si que se ha generado un equilibrio en el estilo general de la revista, ofreciendo fluidez en la lectura.

El resultado final ha superado las perspectivas iniciales, por la profesionalidad de los acabados, abordando nuestra preocupación principal, la utilización de técnicas de impresión para la portada y la incorporación de diferentes tipos de papel en los interiores, para crear emociones en el espectador, reforzando los valores del material y las técnicas de impresión más artesanales.

Se ha llegado a un planteamiento del proyecto muy próximo a uno real, por su coherencia en la estructura y su funcionamiento, aunque ha faltado por perfilar la distribución y la conexión de los artículos en los contenidos. En general, la revista presenta una coherencia estética, la cual le aporta calidad.

Pensamos que los valores de la revista se han transmitido correctamente, a través de los contenidos y los materiales, facilitando al lector la categorización del tema de la revista.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

AMBROSE, GAVIN; HARRIS, PAUL. *Layout*. Barcelona: Parramón Ediciones, 2005.

BAINES, PHIL; HASLAM, ANDREW. *Tipografía: función, forma y diseño*. México: Gustavo Gili, 2002.

BALIUS, ANDREU. *Type at work: usos de la tipografía en el diseño editorial*. Barcelona: Index Book 2003.

BLACKWELL, LEWIS; LESLIE, JEREMY. *Nuevo diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

BLACKWELL, LEWIS. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

BUEN UNNA, JORGE. *Manual de diseño editorial*. Gijón: Ediciones Trea, 2000-03-08.

CARRERE, ALBERTO. *Retórica tipográfica*. Valencia: Editorial UPV, 2009.

DABNER, DAVID. *Diseño, maquetación y composición*. Barcelona: BLUME, 2012.

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

FRUTIGER, ADRIAN. *El libro de la tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

HASLAM, ANDREW. *Lettering, Manual de producción y diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2011.

KING, STACEY. *Diseño de revistas: Pasos para conseguir el mejor diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

LEBORG, CHRISTIAN. *Gramática Visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

LUPTON, ELLEN; PHILIPS, JENNIFER C. *Diseño gráfico: nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.

MAEDA, JOHN. *Las leyes de la simplicidad: diseño, tecnología, negocios, vida*. Barcelona: Gedisa D.L, 2008.

MARÍN ÁLVAREZ, RAQUEL. *Ortotipografía para diseñadores*. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

MCLEAN, RUARI. *Manual de tipografía*. Madrid: Herman Blume Ediciones, 1993.

MEGGS, PHILIP B.; PURVIS, ALSTON W. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM Verlag, 2000.

MESEGUER, LAURA. *TypoMag*. Barcelona: Index Book, 2010.

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

OWEN, WILLIAM. *Diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1991.

SALA, MÀRIUS. *Editorial made in Spain*. Barcelona: Index Book, 2002.

SATUÉ, ENRIC. *El diseño gráfico en España: Historia de una forma comunicativa nueva*. Madrid: Alianza, 1997.

TIMOTHY, SAMARA. *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004-07.

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

Blogs

GRAFFICA.INFO. Valencia [Consulta: 21-02-14]. Disponible en: [http: <http://graffica.info/>](http://graffica.info/)

ISSUU. Lytton Ave, Palo Alto. [Consulta: 21-02-14]. Disponible en: [http: <http://issuu.com/>](http://issuu.com/)

CEVAGRAF. Barcelona [Consulta: 15-05-14]. Disponible en: [http://www.cevagraf.coop/ >](http://www.cevagraf.coop/)

Revistas

Eme. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2014. Num. 02, ISSN:2253- 6337.

Colors. Milano: 2012. Num. 46, ISSN: 1121-8371.

Web Revistas

Yorokobu. Madrid [Consulta: 15-05-14]. Disponible en: <<http://www.yorokobu.es/>>

Eme Magazine. [Consulta: 17/02/14]. Disponible en: <www.ememagazine.com>

Elephant. [Consulta: 17/02/14]. Disponible en: <www.framework.com/magazines/elephant>

Nº zine. [Consulta: 20/02/14]. Disponible en: <www.nozine.com>

Yorokobu. [Consulta: 20/02/14]. Disponible en: <www.yorokobu.es>

A magazine curated by. [Consulta: 28/02/14]. Disponible en: <www.amagazinecuratedby.com>

Fukt. [Consulta: 28/02/14]. Disponible en: <www.fukt.de>

Dxi. [Consulta: 28/02/14]. Disponible en: <www.dximagazine.com>

Futu. [Consulta: 12/03/14]. Disponible en: <www.mattwilley.co.uk/Futu-Magazine>

Interview. [Consulta: 12/03/14]. Disponible en: <www.interviewmagazine.com>

Few. [Consulta: 19/03/14]. Disponible en: <www.folchstudio.com/projects/few-magazine>

Plastique. Consulta: 19/03/14]. Disponible en: <www.plastiquemagazine.com>

huck. Consulta: 19/03/14]. Disponible en: <www.huckmagazine.com>

SVA. Consulta: 25/03/14]. Disponible en: <www.svamagazine.no>

Idn. Consulta: 25/03/14]. Disponible en: <www.idnworld.com/mags/>

The Corner. Consulta: 25/03/14]. Disponible en: <www.thecornermagazine.com>

Neo2. Consulta: 25/03/14]. Disponible en: <www.neo2.es/magazine/>