

**TFG**

---

**DISEÑO EDITORIAL.  
PROPUESTA DE DISEÑO PARA  
LA REVISTA DE TENDENCIAS YOROKOBU.**

**Presentado por : Nerea Vendrell Lahosa**

**Tutor: David Heras Evangelio**

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles**

**Grado en Bellas Artes**

**Curso 2014-2015**



**UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA**



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**

**RESUMEN Y PALABRAS CLAVE:**

El presente trabajo de final de grado es una propuesta editorial, en la que se ha llevado a cabo la creación de maqueta de una revista de tendencias. A partir de Yorokobu publicación ya existente en el mercado actual, se ha elaborado una solución alternativa y propia al diseño de esta revista, conservando el *namig*, el tamaño y algunos contenidos. A partir de estas premisas se ha buscado construir una solución gráfica que atienda a diversas cuestiones formales y que resulte atractiva y original, ya que se trata de una publicación centrada en el diseño, entretenimiento y cultura, dirigida a un público conocedor de este campo. La ilustración y la fotografía, también desempeñan un papel importante en la realización de este proyecto, ya que predominan en la portada, contraportada y diferentes páginas interiores.

Palabras clave: proyecto editorial, ilustración, tipografía, diseño.

### **Agradecimientos**

En primer lugar me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento a mi tutor del T.F.G, David Heras, por su total implicación en este trabajo. Gracias por su tiempo invertido, consejos y su apoyo constante.

Asimismo, me gustaría agradecer a Geles Mit, por aportarme conocimientos, que me han sido de gran ayuda en la elaboración de el presente trabajo.

Gracias también a mi familia y a Abel por su apoyo y presencia incondicional, y por último a mis compañeros de grado, en especial a Xiana Teimoy, por acompañarme en este trabajo y ofrecerme su punto de vista y buena energía.

# Índice

## INTRODUCCIÓN

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

## CUERPO DE LA MEMORIA

### 1. Antecedentes históricos

- 1.1- Diseño gráfico
- 1.2- Diseño editorial
- 1.3- Ilustración

### 2. Referentes (puntos de inspiración)

- 2.1- Publicaciones
- 2.2- Autores

### 3. Contextualización del proyecto

- 3.1- Yorokobu
- 3.2- Definición del proyecto
- 3.3- Revista coleccionable

### 4. Fases de la concepción

- 4.1- Función
- 4.2- Contenidos
- 4.3- Destinatarios

### 5. Fases del diseño

- 5.1- Portada/contraportada/lomo
- 5.2- Sumario
- 5.3- Anuncios publicitarios
- 5.4- Secciones fijas
- 5.5- Entrevistas y reportajes

### 6. Aspectos formales

- 6.1- Tipografía
- 6.2- Composición
- 6.3- Estética
- 6.4- Color
- 6.5- Fotografías

### 7. Artes finales

- 7.1- Herramientas y software utilizados
- 7.2- Color en impresión
- 7.3- Formatos
- 7.4- Materiales

## CONCLUSIONES

## BIBLIOGRAFÍA

## INTRODUCCIÓN

Un año más la revista Yorokobu convocó el concurso *Hazlo tú*, en el que invitó a diseñar la portada y contraportada del mes de febrero de 2014 a todos los creativos interesados. Partiendo de estos únicos requisitos: la utilización del *namíng* YOROKOBU que significa -estar feliz- que debía figurar en la portada, y la publicidad para la marca de coches Volkswagen en la contraportada. Ambas creaciones debían presentar un nexo de unión estilístico y temático. De la participación en este concurso, es de dónde nació el presente proyecto, el primer aspecto a tener en cuenta fue la personalidad de la revista y el público al que va dirigida. Se trata de una revista dirigida a un lector interesado en diseño, creatividad y nuevas ideas. Yorokobu es un magazine de periodicidad mensual y se edita en papel impreso y en versión digital.

Atendiendo a estas pautas previas se ha diseñado una versión propia de la revista Yorokobu, desde la creación de la portada y contraportada y generación de contenidos propios, hasta la maquetación de los interiores, buscando una solución creativa y audaz y, siguiendo una cuadrícula base y sus premisas formales características.

A través de este proyecto personal, se han tratado aspectos y cuestiones básicas a la hora de abordar un proyecto editorial, buscando la experimentación en la creación, pero garantizando una buena funcionalidad y legibilidad.

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El principal objetivo es concebir un proyecto editorial de revista de tendencias, orientado de forma específica buscando su singularidad como proyecto personal y decidiendo sobre ciertas pautas globales en su creación.

Los objetivos específicos del presente proyecto son los siguientes:

- Crear una propuesta de portada de acuerdo con las premisas exigidas y además, buscando un diseño atractivo y potente que empatice con la filosofía de la revista.

- Diseñar en la contraportada una propuesta creativa publicitaria para la marca de coches Volkswagen, manteniendo coherencia estilística con la portada y transmitiendo los valores de la marca (Volkswagen pretende difundir valores de innovación, responsabilidad)

- Integrar el *namimg* con la propuesta gráfica realizada en la portada.

- Crear un sumario que articule los diferentes bloques temáticos.

- Componer una cuadrícula base y sus premisas formales características, para el diseño de interiores, obedeciendo a ciertos parámetros como; formato, márgenes, tipografías, columnas, leyenda, gama de colores, imágenes..etc y que permita variedad.

- Generar una maqueta más dinámica para los reportajes y entrevistas, comprendiendo los aspectos formales nombrados anteriormente, pero potenciando más lo visual.

- Crear una jerarquía visual definida, y que facilite la lectura.

- Conseguir una personalidad estética marcada y reconocible.

- Obtener un buen diálogo entre texto-imagen.

- Elegir las tipografías atendiendo a sus valores formales, su legibilidad, su adecuación, las sensaciones que transmiten.

- Escoger los temas de los artículos, dentro del ámbito propuesto y siguiendo con la tónica de la revista Yorokobu; Diseño, entretenimiento y cultura.

- Preparar el proyecto para imprenta, artes finales.

- Manejar con destreza los programas utilizados para la maquetación y realización de este proyecto.

Obejtivos secundarios:

- Gestionar la dirección de contenidos.

- Generar contenidos propios; Ilustración y fotografía.

- Experimentar con las versatilidad entre diferentes fuentes, estilos, formas, tamaños e imágenes.

- Diseñar anuncios de publicidad que resulten atractivos y originales.

- Utilizar material fotográfico propio, acorde con los temas de los artículos que trata y buscando que sean sugerentes.

La metodología establecida para abordar este proyecto ha seguido un recorrido articulado de investigación y recopilación de material relativo al diseño gráfico y en concreto al diseño de revistas. Se ha recurrido a fuentes bibliográficas que estudian el tema a tratar, desde los fundamentos sobre los que se asienta esta disciplina, atendiendo a los antecedentes históricos y referentes, tanto contemporáneos como del pasado, así como manuales prácticos que comprenden aspectos puramente formales, de los que se ha sustraído la información documental necesaria para la elaboración de esta propuesta. Simultáneamente, se ha realizado un análisis de los requerimientos y condicionantes del proyecto, hasta concretar en una síntesis de criterios válidos que se adapten a los objetivos anteriormente citados, llevados a la práctica en la realización de la revista.

Finalmente se ha realizado un ejercicio de evaluación del propio trabajo, contrastando el resultado final obtenido, con la intención previa.

A continuación presento un cronograma ordenado por etapas temporales, en el que se aprecia la distribución y fases del trabajo realizado de forma resumida.

	semana1	semana2	semana3	semana4
septiembre2013		Búsqueda de concursos.	Elección del concurso.	Acotación y definición del proyecto.
octubre 2013	Periodo de documentación sobre la revista Yorokobu.	Primeras ideas. <i>Brainstorming</i>	Primeros bocetos portada y contraportada.	Primeros bocetos portada y contraportada.
noviembre 2013	Realización de las ilustraciones.	Realización de las ilustraciones.	Acabado final: color y texturas.	Montaje en plantilla y últimos retoques.
Diciembre 2013	Entrega de propuestas para concurso.	Investigación revistas.		

	semana1	semana2	semana3	semana4
Enero2014	Planteamiento interiores.	Búsqueda de contenidos.	Distribución interiores.	Elección pautas globales. Maquetación.
Febrero2014	Prueba de impresión. Tamaño tipografías.	Búsqueda de contenidos.	Realización fotografías.	Realización anuncios publicitarios.
Marzo2014	Maquetación entrevistas.	Maquetación reportajes y secciones comunes	Maquetación reportajes y secciones comunes	Memoria escrita.
Abril2014	Realización publicidad y memoria escrita.	Memoria escrita.	Realización sumario y contenidos propios. Cómic y publicidad.	Pruebas de impresión. Gestión del color.
mayo2014	Memoria escrita.	Maquetación.	Últimos retoques maquetación.	Pruebas de impresión. Gestión del color.
junio2014	Preparación artes finales.	Envío revistas para imprenta y memoria escrita.	Memoria escrita.	Recogida revistas impresas y preparación de la presentación del T.F.G
julio2014	Preparación de la presentación del T.F.G	Entrega memoria escrita	Presentación oral.	

# 1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

## 1.2 DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico está concebido y destinado para transmitir mensajes con un objetivo claro y comprendido por el público, mediante; letras, señales, signos, imágenes, que se interrelacionan entre sí. Esta serie de elementos pueden cambiar de sentido según el contexto en el que se sitúan y facilitan una mayor comprensión de un concepto mediante la expresión visual.

Esta disciplina que surgió a mediados del siglo XX siempre ha reflejado la situación general de la época y a medida que la sociedad ha ido evolucionando, ésta se ha ido adaptando a las transformaciones de la cultura y de los medios tecnológicos. Actualmente el diseño gráfico está muy presente en nuestro día a día, podemos transmitir un mensaje mediante diferentes medios de comunicación, tanto impresos como digitales. En el presente trabajo he realizado una investigación previa necesaria de los momentos clave del diseño gráfico para de esta forma, entender mejor las características y fines que el proyecto aborda.

### MOMENTOS CLAVE

Existen varios momentos clave en la evolución del diseño gráficos que conviene recordar. Situándome en el año 1455, gracias a Johan Guternberg, se inventó la imprenta de tipos móviles, este modo de reproducción mecánico permitió la masificación de los documentos y sus mensajes, lo cual trajo consigo la difusión del conocimiento.

Más adelante, en el año 1760 en Inglaterra aflora la revolución industrial, se produjo un cambio social y económico que suscitó el interés por los bienes materiales, lo cual condujo a un impulso del desarrollo del comercio y la publicidad: el diseño gráfico se extendió a consecuencia de la evolución de las nuevas tecnologías que permitieron nuevas formas de elaboración. Se crearon nuevas tipografías y la imprenta se expandió.

A finales del siglo XIX y principios del XX nace un nuevo estilo, denominado *art nouveau*. Se produce un rechazo por los estilos históricos y se empieza a innovar en el arte y diseño, combinando distintas disciplinas y creando nuevas formas de expresión.

A principios del s.XX se asientan las bases de lo que hoy en día se conoce como diseño gráfico, esto fue posible gracias a la escuela Bauhaus. Las principales características que definieron a esta escuela fue la sintetización tipográfica, ya que, el principal objetivo en su diseño es la claridad y legibilidad, desprendiéndose de adornos y buscando transmitir conceptos de un forma directa. Esta escuela cambió por completo la manera de concebir el diseño gráfico. Bauhaus es sin duda la escuela de diseño más influyente de la historia.

A finales del siglo XX, se produce un salto en las nuevas tecnologías, en el año 1973 *Xerox Parc* lanzó el primer ordenador personal, que materializó en su diseño el concepto de escritorio y la interfáz gráfica de usuario.

En 1984 se crea la primera computadora Macintosh, lanzada por la marca Apple. Las posibilidades que ofrecía revolucionaron la industria del momento. Más tarde, en 1990 se desarrolla el concepto de direcciones de sitios web, junto con el código de HTML.

En la actualidad, el diseño gráfico se encuentra ligado a los continuos avances en las nuevas tecnologías, no obstante, aunque las formas de concepción y percepción hayan cambiado, las bases fundamentales sobre las que se asienta esta disciplina continúan siendo las mismas.

## 1.2 DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial comprende la rama del diseño gráfico que se centra en la composición y maquetación de publicaciones de múltiples páginas, como: revistas, libros, periódicos, catálogos y folletos.

El principal objetivo del diseño editorial es organizar la información de forma clara y estructurada, facilitando de este modo la comprensión del concepto a transmitir al lector, para ello, combina texto e imagen, buscando el equilibrio entre la estética y la funcionalidad.

Este proyecto se centra en el diseño de una revista, este tipo de publicación ejerce una labor de periodismo visual, por lo tanto precisa de una maquetación extensa y contempla tanto la articulación y elección de sus contenidos, como los valores plásticos y estéticos que mejor la destaquen.

Según La RAE, una revista es una publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o sobre una sola específicamente. Al contrario que los periódicos, que se distribuyen diariamente, las revistas presentan una periodicidad espacial más extensa, suelen ser semanales, mensuales, trimestrales o anuales. Además trata contenidos más específicos y dedica más protagonismo a la imagen.

Cada revista evoca un aura de registro documental, un valor primordial en la definición de una línea editorial que se define mediante la publicación repetitiva de ésta, y es que, la periodicidad es el eje central en este tipo de publicaciones.

### **Antecedentes**

En el siglo XVIII, nacieron en Inglaterra las primeras revistas, como producto editorial independiente al periódico, en principio eran semanales y buscaban un enfoque más lúdico y analítico, a través de un diseño más cuidado.

La publicación de revistas siempre ha buscado la innovación en su terreno y la expansión mediática, esto ha producido grandes avances en su diseño y contenidos, buscando captar el interés de un lector cada vez más formado en un mercado más competente.

Los anuncios publicitarios siempre han sido un sustento económico para este tipo de publicaciones, pero se consolidaron definitivamente como componente clave de su modelo económico a finales del siglo XIX. Esto, permitió que el precio de las revistas se ajustase al bolsillo del lector, además de cubrir gastos de impresión y de incrementar las ganancias.

La aparición en su día de internet, trajo consigo el surgimiento de nuevos medios de comunicación. Esto ha supuesto que, en la actualidad, la publicación de revistas ha tenido que reinventarse hacia un público más especializado. Cada vez existen publicaciones más específicas destinadas a un público más concreto.

## **1.3 ILUSTRACIÓN**

La ilustración es una disciplina que se dedica a representar conceptos (narrativos o no) mediante imágenes, con el fin de transmitir un mensaje al receptor. Su finalidad puede ser meramente estética, informativa o de conocimiento.

Según apunta el *National Museum of Illustration* de Rhode Island (Estados Unidos), “ Los ilustradores combinan la expresión personal con la representación pictórica con el objetivo de transmitir ideas”, y es que, uno de los principales objetivos de la ilustración es captar la atención del receptor mediante la imagen. En este trabajo la ilustración predomina en la cubierta y está presente durante todo el recorrido de la revista, es por esto que desempeña una parte fundamental en la concepción del presente proyecto, lo cual me lleva a realizar un breve recorrido por los momentos clave en su evolución.

### **Momentos Clave**

La evolución de la ilustración siempre ha estado sujeta a los progresos en los medios de reproducción y a los cambios sociales.

En sus orígenes, la presencia de la ilustración se encontraba relegada únicamente a monasterios con fines meramente religiosos, es a partir del el siglo XIV cuando comienza a ampliar sus horizontes, se abandona la representación originariamente simbólica y se adopta un tipo de ilustración que reproduce la realidad de forma fiel, pero su uso continúa restringido y ligado exclusivamente al libro.

A partir del siglo XVI, la ilustración comienza a adoptar nuevas formas de representación, ya no se centra únicamente en copiar la realidad, sino que empieza a potenciar su capacidad de transmitir conocimiento y amplía sus funciones. La eficacia en la comunicación es ahora uno de sus principales objetivos.

Haciendo un salto en el tiempo, situándome ahora a principios del siglo XX, cuando la ilustración ya goza de reconocimiento en distintas publicaciones, tales como prensa diaria y el cartel, se empieza a percibir un afloramiento de su presencia, en parte, como consecuencia de la evolución de nuevos sistemas de reproducción como son la litografía y el offset. Además el auge de la fotografía implica la multiplicación exponencial de la imagen en los medios, este hecho impulsa la utilización de la ilustración gráfica como recurso para representar un registro más sintético que el que ofrece el realismo de la fotografía. Nace en este punto una ilustración más libre.

A finales del siglo XX, la irrupción de las nuevas tecnologías digitales modifica el uso de la imagen, el nacimiento de la ilustración digital marca un proceso de innovación gráfica, las ilustraciones ahora también se conciben en píxeles y en vectores. Estas nuevas formas de creación de imágenes, permiten más velocidad en su producción a la vez que la aparición de internet y sus múltiples aplicaciones para terminales móviles, consienten una mayor difusión y abren un nueva línea de posibilidades mediante la imagen animada. En definitiva tal y como sostiene David Heras:

” La ilustración, cuya evolución está íntimamente ligada a los progresos de los medios de reproducción de los que dispone y a los avances sociales, contribuye al mismo tiempo a unos y otros, gracias a su capacidad para generar y divulgar ideas”.<sup>1</sup>

Por ello, he visto conveniente citar al menos cuatro puntos clave en la evolución de esta disciplina.

---

<sup>1</sup>HERAS.D *Incidencia de los medios de reproducción en la evolución de la ilustración gráfica*, p.293.

## 2.1 REFERENTES

La búsqueda de documentación y referentes ha supuesto una intensiva recopilación de publicaciones e imágenes que me han inspirado y aportado conocimientos para el posterior desarrollo del trabajo.

A continuación paso a comentar algunas de las revistas y autores que más me han influido.

### 2.1 PUBLICACIONES

#### The face

Desde que en mayo de 1980 la emblemática revista *The Face* fundada por Nick Logan lanza su primer número, pasa a convertirse en un referente para el resto de publicaciones que nacerían posteriormente, y es que esta revista estadounidense fue pionera en la utilización de la ilustración de aspecto digital en su diseño. En su primer número, como apunta Lawrence Zeegen en su libro *Ilustración digital* “ la imagen de Wright se veía moderna y orientada a la juventud, con un algo de digital, años antes de que la tecnología permitiera ese tipo de trabajo”<sup>2</sup>. Esta renovación de la estética y del lenguaje visual, produjo un cambio en la industria, se empezó a contratar los servicios de los ilustradores, especialmente en revistas independientes y en la industria discográfica.

Sin duda *The Face* es un claro referente en la realización de este proyecto, su influencia creó una nueva forma de concebir la imagen en publicaciones que no fuera únicamente mediante imagen fotográfica o ilustración tradicional. En mi revista, la ilustración sobretodo digital ocupa un espacio importante, tanto en los interiores como en la cubierta, y es que hoy en día la ilustración digital se encuentra extendida por todos los medios, gracias al avance tecnológico, pero es importante y cabe reconocer el mérito de la magazine *The Face*, en la renovación que supuso en su día su nueva visión de concebir el diseño.

#### 2WICE

Se trata de un revista estadounidense que lanzó su primer ejemplar al mercado en el año 1997, cada publicación de 2wice experimenta con un diseño diferente al anterior, que se adapta al tema específico que trata en cada número, como bien apunta su director de arte, J.Abbott Miller, “No existe ningún estilo o formato propio de la casa, cada número corresponde al tema”<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>ZEEGEN.L .*Ilustración digital, una clase magistral de creación de imágenes*,p.21.



Fig 1: 2wice número 1, Pies

2wice existe gracias a donaciones y suscripciones, ya que se trata de una publicación de carácter no comercial, hasta el punto de no incluir anuncios publicitarios. La buena combinación de imágenes y texto, evitan la falta de ritmo y secuenciación que podría crear la ausencia de publicidad.

El ritmo que presenta en concreto el número 1, llamado Pies, me ha servido de inspiración en mi revista, se trata de un reportaje sobre la historia de la danza contemporánea, en la que el título se construye en tres dobles páginas consecutivas gracias a la palabra ING, que se encuentra permanentemente escrita en la última página del artículo y se complementa con unas subpáginas de color naranja de tamaño más pequeño que contienen la otra mitad de la palabra. Durante este juego de palabras y páginas se crea una identidad visual común, es este punto el que más me ha inspirado a la hora de llevar a cabo mi proyecto personal, ya que dentro de mi propuesta de revista existen una serie de apartados que conviven con los mismos parámetros estéticos y forman una entidad visual reconocible.

### EME

Eme es una revista joven, de periodicidad anual y bilingüe, que acaba de publicar su tercer número editado. Centrada en la ilustración, arte y diseño, su principal objetivo es crear un espacio de reflexión en torno a estas disciplinas y sobre el papel que desempeña en la sociedad, en ocasiones, vinculándolas con otras ramas artísticas. Cada número presenta un sugerente monográfico, al que muchas de las publicaciones interiores hacen referencia. Esta iniciativa ha nacido en el marco del Master en Diseño e Ilustración, impartido en la facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia y cuenta con nombres destacados del panorama internacional.

Eme es sin duda uno de mis grandes referentes en cuanto a publicaciones, no solo por los temas variados y de gran interés que trata, sino también por la estética que presenta, cada número habla con un lenguaje visual muy claro y audaz, combinando texto con imágenes potentes, y dejando un gran espacio a la ilustración y la tipografía, que sin duda tienen un gran protagonismo durante el recorrido de toda la revista. Además es una revista comprometida en la promoción de jóvenes artistas emergentes, a los que dedica siempre un generoso espacio para publicar sus creaciones. Mi proyecto de revista, coincide con Eme en este afán de apostar por nuevos artistas, ya que incluye entrevistas a jóvenes ilustradores, también se identifica en la pasión por el diseño, la ilustración y en general por la cultura visual.

<sup>3</sup>LESLIE. J. *Nuevo diseño de revistas*, p.107

## 2.1 AUTORES

### Paco Bascuñán

Paco Bascuñán (1954-2009) dedicó toda su vida al diseño gráfico, trabajó en multitud de proyectos para empresas e instituciones de renombre y fue uno de los primeros creadores en España en proponer el diseño como una disciplina dentro de las bellas artes.

Este reconocido diseñador, fue uno de los fundadores de la nave, estudio pionero en el que convivían diseñadores gráficos, industriales y arquitectos. La nave proyectó el diseño valenciano de su época, traspasando las fronteras españolas.

Paco Bascuñán marcó una visión trascendental del diseño gráfico en Valencia, su labor impulsó la renovación y el reconocimiento de esta disciplina, sin duda es un referente para los nuevos creadores, que encontramos en sus trabajos, ya sean teóricos o prácticos, un claro ejemplo de compromiso social y buen hacer.

### Mar Hernández

Mar Hernández o también conocida como Malota, es una joven ilustradora y diseñadora que reside en Valencia, sus trabajos han sido aplicados en distintas áreas como; audiovisual, publicidad, *packaging*, entre otras, además también ha editado varios libros, uno de ellos producido y escrito íntegramente por ella misma, combina su actividad como ilustradora *freelance* con la docencia.

Durante toda su trayectoria, sus trabajos presentan una clara coherencia estilística, y es que Mar posee un estilo propio que la identifica. En el proceso de elaboración de sus ilustraciones da prioridad al concepto, dependiendo de lo que pretende transmitir escoge una técnica u otra, esto le aporta una esencia única a cada uno de sus proyectos.

El trabajo de Malota siempre ha sido uno de mis claros referentes en cuanto a ilustración. En sus obras recrea mundos repletos de texturas que se superponen, trazos desgarrados, granulados...etc muchas de sus ilustraciones están realizadas vectorialmente, aspecto que no le impide dotar a sus obras de una calidez y gestualidad no muy común en este tipo de procedimiento. Es este punto el que me ha motivado de algún modo a realizar la portada y contraportada digitalmente utilizando diferentes texturas y buscando la armonía en el color.



Fig 2:Astrónomo. Illustration for the exhibition *Ilustraciones March 2013*, MuVim. Valencia. Spain. Mar Hernández



Fig:3. Ilustración Sergio Membrillas.

### Sergio Membrillas

Sergio Membrillas es un ilustrador valenciano que trabaja de forma autónoma, sus creaciones, a menudo enfocadas al terreno de la publicidad, son conocidas a nivel tanto nacional como internacional. Su obra me ha servido de estímulo, durante todo el proceso de ilustración realizado en el presente proyecto, sobretodo en la creación de la portada y contraportada.

Los voluptuosos personajes que crea mediante líneas geométricas y sintéticas y cómo los articula, manteniendo siempre coherencia y credibilidad dentro de la fantasía en la que se definen, me ha servido como referencia en la creación de los protagonistas de mis ilustraciones, sobretodo a la hora de articularlos, ya que al ocupar casi todo el espacio me ha resultado complicado.

## 3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo principal de este proyecto es la realización de una propuesta personal de diseño de una revista ya existente en el mercado actual, Yorokobu, centrándome en esta meta a conseguir, he adaptado las necesidades que requiere este proyecto a las posibilidades y recursos de los que dispongo y la situación en la que se desarrolla.

Hoy en día conviven una gran variedad de revistas a nivel internacional que tratan multitud de temas específicos desde; moda, corazón, deportes, salud, ciencia... Por tónica general se trata de publicaciones en las que prima el contenido, no tanto como el diseño.

### 3.1- YOROKOBU

Yorokobu, nace en formato revista en el año 2009, se sitúa dentro de un colectivo de publicaciones en las que se cuida tanto el contenido como la forma, es decir, la maquetación. Por lo tanto se trata de un magazine destinado a un público interesado y entendido en este campo. Su periodicidad es mensual, se puede encontrar en diferentes puntos de venta como FNAC, Vips y en la red Relay (de SGL) en aeropuertos y en algunos kioscos, además se distribuye a cualquier país del mundo mediante envío y está acotada como una revista coleccionable. El *namimg* es Yorokobu, pero no tiene unas pautas estilísticas ni un formato impuesto que lo defina, ya que, cada mes la portada la diseña un creativo diferente que interpreta esta palabra libremente, aspecto que le aporta versatilidad y capacidad de cambio.

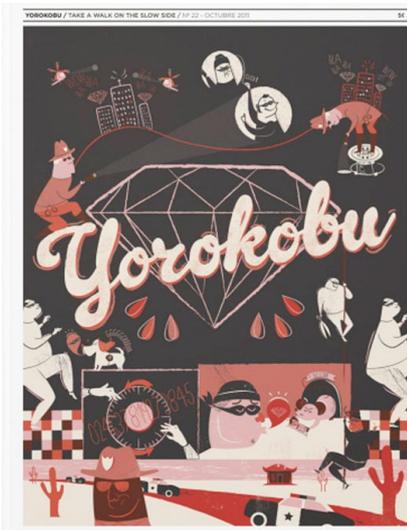


Fig:4 Portada yorokobu nº22 octubre 2011

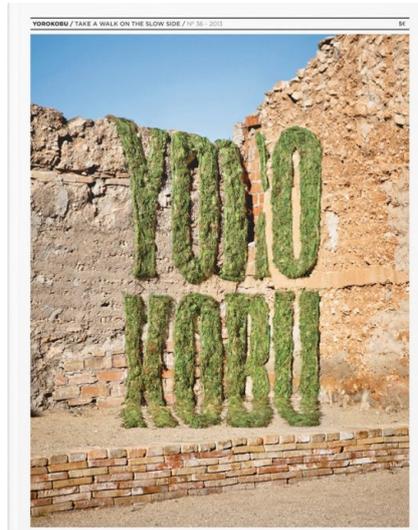


Fig:5 Portada yorokobu nº36 enero 2013



Fig:6 Portada yorokobu nº48 febrero 2014

Yorokobu, que significa estar feliz en japonés, en sus contenidos ofrece una perspectiva positiva en comparación a la mayoría de medios. Sus reportajes y artículos siempre giran en torno a la creatividad en todos sus campos, el diseño, la educación, la sostenibilidad y en general el mundo de los emprendedores.

### 3.2 DEFINICIÓN DEL PROYECTO

He decidido centrar mi proyecto en torno a esta revista, ya que, es una publicación que conozco y consumo habitualmente, los temas que trata y como los transmite me resultan de gran interés, al igual que la estética que la define.

Pero el motivo principal que me ha llevado a desarrollar esta propuesta, es en motivo de el concurso *Hazlo tú* en el que se invita a crear el diseño de portada y contraportada de el mes de febrero a todos los creativos interesados.

Buscando en la creación del presente proyecto final de grado alguna forma de ofrecer salida tanto económica, como de reconocimiento y además al tratarse de un concurso que deja un gran margen de libertad creativa, he llevado a cabo mi participación, en la que he presentado mi propuesta de portada y contraportada.

Posteriormente he decidido ampliar el proyecto, y para ello he diseñado una maqueta de los interiores, creando de esta forma mi propia propuesta de revista, pero basándome en artículos y reportajes extraídos de la original Yorokobu y manteniendo algunos parámetros establecidos como son el tamaño, el *naming*, el concepto y los destinatarios.

Por lo tanto, teniendo en cuentas estos aspectos, se ha desarrollado un proyecto que busca una propuesta audaz y creativa, que obtenga como resultado una revista de calidad profesional.

### 3.3 REVISTA COLECCIONABLE

Yorokobu es una revista de divulgación mensual, cada número que publica ocupa un espacio en su línea de sucesión. Esta revista, por tanto, tiene un carácter de colección, ya que no se trata de una publicación meramente informativa, sino que trata temas de documentación especial, los cuales no pierden interés en el transcurso del tiempo.

Al desarrollar este concepto de revista impresa en papel, es inevitable plantearse la repercusión de este medio frente a la afloración constante de los nuevos medios tecnológicos. La preocupación por la desaparición del medio impreso es un tema que causa debate en la actualidad, pero a pesar de lo que muchas opiniones han dictaminado, el uso del papel sigue funcionando, lo cual demuestra que los dos medios pueden existir conjuntamente.

La historia de la escritura devino el nacimiento del libro como formato donde se recopilaban textos, este concepto de asociar exclusiva y automáticamente la idea de libro al texto, en la actualidad, ha perdido fuerza. Hoy en día el concepto de libro ha adoptado un carácter más amplio, ya no presenta fines meramente funcionales de lectura, el aspecto que transmite y la manera de sentirlo ha ganado fuerza.

*“¿Se puede comunicar visual y táctilmente sólo con los medios editoriales de producción de un libro?”*<sup>4</sup> Bruno Munari en su libro *¿Cómo nacen los objetos?* Se plantea este problema, llegando a la conclusión de que los materiales que se utilizan y el diseño que se origina tienen capacidad de transmitir sensaciones independientemente del texto, cuestión que lleva a la objetualización del libro.

Esta idea de involucrarse en las experiencias táctiles y visuales que invitan los medios de reproducción más rudimentarios, queda muy lejos de lo que ofrece las nuevas tecnologías, y es que el espacio virtual brinda multitud de

---

<sup>4</sup>MUNARI. B. *¿Cómo nacen los objetos?*, p.219.

posibilidades creativas, pero esta sensación de cercanía se pierde a través de la pantalla, en parte también por la creciente contaminación de imágenes que saturan la red.

En este proyecto he llevado a cabo un revista en edición impresa, en la que he apostado por este tipo de soporte, queriendo reivindicar el uso del papel, entendiéndolo como una experiencia artística capaz de reflejar condiciones temporales y culturales.

## **4.FASES DE LA CONCEPCIÓN**

### **4.1 FUNCIÓN**

En el diseño de una revista prima la funcionalidad, es decir la legibilidad, que. La información se debe emitir de forma coherente y ordenada al lector con el fin de que la idea a transmitir se entienda.

Se trata de construir un hilo conductor que ordene y articule la información, respetando los contenidos y sin alterar su significado. Para ello es necesario dividir los diferentes temas a tratar por bloques y decidir sobre ciertas pautas globales.

La principal función de esta revista de cara al consumidor es, servir como soporte documental, además de ejercer de espacio de entretenimiento y de inspirar nuevas ideas.

### **4.2 CONTENIDOS**

Los contenidos trabajados los he extraído de la propia revista original. En su elección me he basado en diferentes números, buscando la variedad entre ellos y la coherencia. Además, también he incluido contenidos propios.

En la maqueta de los interiores de la revista se han tratado diferentes apartados, el primero un espacio que ocupa una página, se ha dedicado a la explicación de la portada, seguidamente el sumario, que actúa como índice, se ha diseñado a doble página, también se ha planteado una sección fija de la publicación que acoge diferentes artículos habituales en la original, a continuación se ha creado un separador titulado emergentes que, introduce tres entrevistas realizadas a diferentes ilustradores y finalmente se han seleccionado dos reportajes y un relato, además de el rediseño del asiduo apartado NO LEAS ¡DIBUJA! y de la publicidad que anuncia la suscripción mensual a la revista y anticipa el tema principal del próximo número. Todo ello lo he distribuido teniendo en cuenta los anuncios publicitarios que han ayudado a marcar el ritmo secuencial de la revista.

### 4.3 DESTINATARIOS

Guiándome por un cuadro infográfico publicado por la revista original, en el número 49, en el que se recopila información estadística sobre el perfil del lector habitual de esta revista, se puede señalar que en su mayoría, Yorokobu es un producto que se mueve dentro de un colectivo de gente con estudios académicos casi en su totalidad, la edad del público que más compra mensualmente esta revista oscila entre los 25 a 34 años en un 45 %, mientras que de 35 a 44 años la consumen un 25 % y de 18 a 24 años un 21,1%. Su situación laboral es activa en un 64 %, mientras que un 10 % se encuentran estudiando.

Los lectores de esta revista se definen como personas curiosas, con hábitos de lectura y viajeros/as, el principal interés que les mueve a la hora de adquirir esta publicación es su diseño y contenidos, considerándola una revista original e inspiradora. En mi versión de revista, adopto los intereses que presenta la revista, por lo tanto me dirijo a un público similar, interesado en el mundo de la cultura y del diseño, y que valora la originalidad y el contenido actualizado.

## 5. FASES DEL DISEÑO

### 5.1 PORTADA Y CONTRAPORTADA

La portada es un elemento primordial en la concepción de una revista , ya que ejerce como reclamo visual hacia el lector. Debe resultar sugerente y atractiva, y para ello se busca la originalidad a través de una propuesta atrevida y vistosa, que destaque dentro de un mercado tan competente como es éste. La contraportada, por regla general se encuentra ligada a fines publicitarios y no tiene tanto peso ni impacto como la portada, ya que se encuentra en la parte posterior de la revista, pero también ocupa parte externa de ésta.

La creación de la portada y la contraportada están sujetas a las bases propuestas por el concurso *Hazlo tú*, los únicos requisitos son; la presencia del naming YOROKOBU que debía figurar en la portada, y la publicidad de la marca de coches Volkswagen en la contraportada. Las dos creaciones se han adaptado al formato de la plantilla que ofrece la revista original, por otro lado la técnica y temática son libres.

El lomo de la revista se ha adaptado al grosor que resulta del número de páginas empleadas, en este caso la medida es de 0,5 mm. En él, aparece el título, el número, el año y el código de barras, a una distancia de 2 cm del corte inferior de la cubierta.

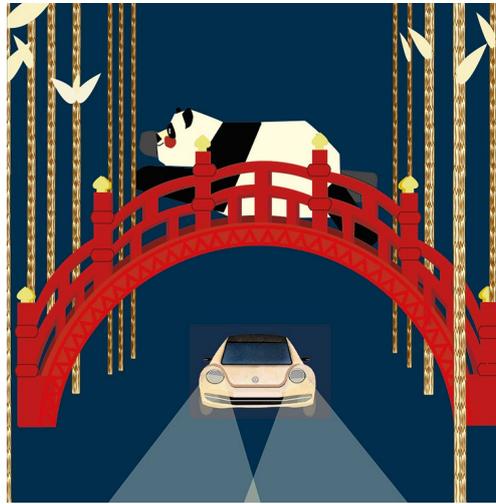


Fig.7. Boceto contraportada



Fig.8. Boceto portada.

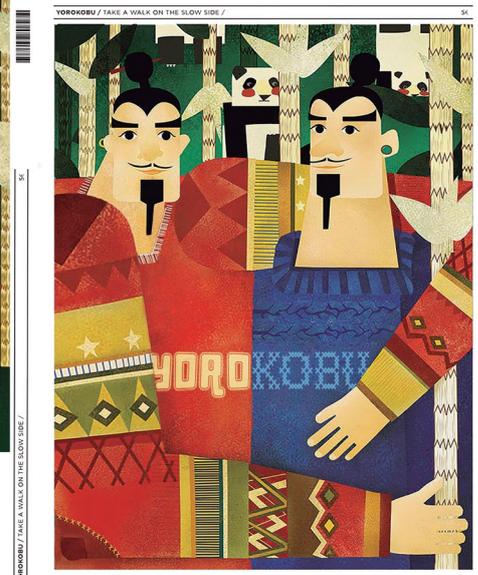
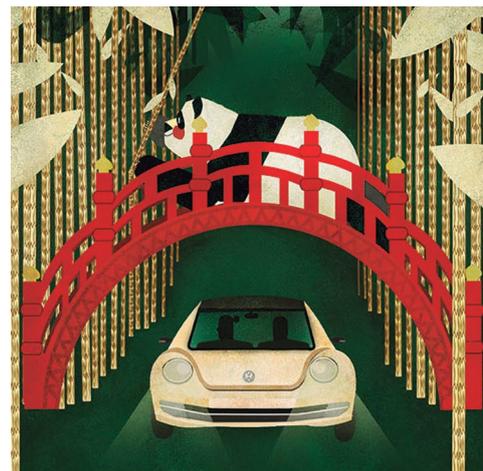


Fig.9. Propuesta final portada y contraportada.

### Ilustración

Ajustándome a los parámetros establecidos por el concurso. He resuelto la portada y contraportada con dos ilustraciones, he decidido representar mi propuesta mediante el dibujo, porque me ofrece más capacidad de proyectar un ambiente de fantasía, jugando con personajes de apariencia gigantesca y de proporciones imposibles, he recreado dos escenas en las que los dos protagonistas se personifican en YORO y KOBU, creando de este modo un juego con el *naming*, que se divide en dos, transmitiendo valores de solidaridad.

Las ilustraciones tratan sobre el compromiso con las especies animales más desprotegidas y en peligro de extinción, en este caso los osos panda, representados conviviendo en armonía con la presencia humana, en un ambiente en el que existe espacio para el animal y para el hombre. Estas creaciones Invitan a la reflexión y a mostrar una mirada ecológica y de respeto hacia las especies más marginadas por la creciente civilización y la expansión del ser humano. En la contraportada, he diseñado una ilustración que hace referencia a la marca de coches Volkswagen, para ello se ha ilustrado el mítico coche de esta marca, el New beetle, ocupando una posición central, haciendo referencia a la publicidad pero sin perder el hilo temático de las ilustraciones.

Las dos creaciones se relación tanto temática como estilísticamente, representando diferentes escenas, pero con los mismos personajes y manteniendo el vínculo de unión.

Los primeros bocetos los he realizado a lápiz, pero la solución final de las ilustraciones la he resuelto digitalmente, mediante tableta gráfica y utilizando los programas Adobe Illustrator y Adobe Photoshop. He utilizado diferentes pinceles que aportan texturas y sensación de volumen a los dibujos. He trabajado sobre masa de color, buscando una estética ornamental y vistosa. Los colores predominantes son el rojo, el verde y el azul, todos ellos combinados con matices.

## 5.2 SUMARIO

El sumario se encuentra en el inicio de la revista, sirve de guía al lector, ya que es el apartado donde se articulan visualmente los contenidos y bloques temáticos que conforman su estructura mediante la numeración ordenada de páginas.

En el planteamiento de este índice, además de crear un diseño funcional, también he desarrollado la parte creativa y estética. Lo he compuesto a doble página, construyendo un juego visual que aporte dinamismo y ritmo, creando un recorrido controlado de llamadas de atención. Este trayecto empieza con una imagen sangrada a la izquierda de la primera página y finaliza con una fotografía cortada y también sagrada, situada en la segunda hoja, que anuncia la temática del próximo número. Con ello pretendo recalcar la idea de continuidad de la publicación.

Las fotografías e ilustraciones que he escogido introducen al lector en los contenidos que va a encontrar en el interior de la revista, todo ello, lo he dispuesto de manera ordenada y buscando el equilibrio general de los diferentes bloques, haciendo convivir la imagen y texto.



Fig.10. Sumario revista.

Las distintas secciones se han diferenciado en distintos bloques, por un lado el apartado de entrevistas y reportajes, se ha destacado con un titular subrayado, aportándoles protagonismo y peso, por otro lado las demás secciones se han agrupado anunciadas por una barra que introduce los diferentes apartados.

### 5.3 ANUNCIOS PUBLICITARIOS

La publicidad trata de convencer y persuadir a las personas para que compren un producto determinado, para ello, se crean campañas con el propósito de acercarse a la audiencia y subir así las ventas. Con este fin, se desarrollan habilidades para convencer y captar la atención del público.

Una de las plataformas donde más anuncios publicitarios existe es en las publicaciones; revistas y periódicos. Las revistas se benefician de estos anuncios publicitarios, además de económicamente, también porque ayudan a la secuenciación y a conseguir el ritmo dentro de una publicación, rellenando páginas que se quedan sueltas y espacios vacíos.

Como apuntó David Droga, “ Hay un lugar para un tipo de publicidad mucho más abierta y transparente; no todo tiene que ser sibilino”<sup>5</sup>, y es que a menudo los anuncios publicitarios venden imágenes idealizadas y distorsionadas que no representan la realidad del producto promocionado, huyendo de esta tónica y optando por una publicidad más realista y sincera, he diseñado una serie de falsos anuncios que se distribuyen en el interior de la revista.

<sup>5</sup>WILLIAMS.E *la nueva publicidad las mejores campañas*, P.11.



Fig:11: Simulación anuncio publicitario para el film festival ECOZINE.

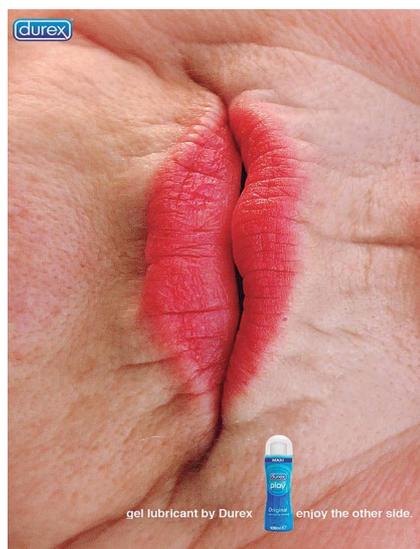


Fig:12 Simulación anuncio publicitario para la marca durex.

A continuación voy a hacer una breve explicación sobre algunos de los anuncios publicitarios que acoge la revista.

El primer anuncio que he diseñado es un collage digital creado combinando ilustración y fotografía y apoyado por un título decorativo y rotundo que apoya la imagen. Este anuncio tiene el fin de invitar al público a un festival de cine ecológico, y por este motivo he visto apropiado resolverlo con una propuesta que alude por una parte al cine, mediante el mítico león de la Metro-Goldwyn-Mayer, y por otra parte, situándolo en un ambiente natural, mediante formas orgánicas; frutas, hojas. etc que lo rodean.

Otro de las propuestas de publicidad creadas, vende una marca de productos eróticos, en concreto, lubricante. Lo he resuelto mediante una fotografía de primer plano que presenta una boca femenina, los labios de ésta se encuentran cerrados y pintados de rojo, se puede apreciar que pertenecen a una persona madura. En este anuncio he huido de los habituales y explotados anuncios de productos eróticos que, en exageradas ocasiones se venden mediante anuncios protagonizados por cuerpos y caras jóvenes en un ambiente idealizado. Este anuncio lo he adaptado a un perfil de persona más madura, haciendo partícipe de este tipo de productos eróticos al sector de la tercera edad, que habitualmente se encuentra excluida en este tipo de publicidad.

## 5.4 SECCIONES FIJAS

La revista cuenta con unas páginas dedicadas a una serie de secciones fijas, ciertas premisas en el diseño de estas secciones se mantendrían en números siguientes.

El aspecto más destacado y unificador de estos artículos es, la utilización del color, en este caso ha sido el verde combinado con el negro, pero puede variar en cada número. Los titulares se encuentran centrados y delimitados por dos barras del mismo grosor, la utilización de estas barras la he elegido con fines simbólicos y decorativos. El titular aparece en color verde sobre fondo de la página en blanco o en alguna ocasión de forma invertida, el nombre del autor del texto aparece escrito justificado a la derecha y en la parte inferior de la barra.

Uno de los recursos que he utilizado ha sido el uso de una pestaña ubicada en el borde superior exterior de algunas páginas. Algunas veces, esta pestaña aparece ajustada al formato de la página, y en algunas otras se ciñe al tamaño de una subpágina blanca que se crea visualmente, gracias a un marco de 1 cm que bordea la hoja. Este elemento lo he aplicado para hacer un guiño al tema del que se habla en cada artículo, a modo de introducción gráfica. Por

ejemplo, en el artículo que habla sobre *la ilusofilia* se ha empleado el dibujo de unas líneas a modo de juego óptico, buscando transmitir la esencia del artículo. En este mismo apartado también aparecen dos bloques de color más claro que se ajustan al tamaño de la medida de las columnas y que ayudan a una lectura más cómoda.



Fig: 12. Interior revista, sección fija.



Fig: 13. Interior revista, sección fija.



Fig: 14. Interior revista, sección fija.

El texto aparece centrado y dividido en dos columnas en todos los artículos, menos en la sección de “Apps que dejan el mundo exactamente igual y apps que hacen del mundo un lugar mejor” que, al requerir el texto otro modo de lectura, se ha distribuido en tres columnas más estrechas, este apartado también ha necesitado la utilización de subtítulos, que aparecen en blanco, y subrayados, además de la creación de unos símbolos que introducen e identifican las diferentes apps que se presentan. En esta sección, además, al ocupar dos páginas y tratar el texto dos puntos de vista diferentes de distintas aplicaciones, he recurrido a invertir los colores de las páginas, modo que una página es blanca, con los símbolos y el título en verde y la opuesta presenta los colores invertidos.

Otra sección fija en la revista es el anuncio de suscripción a la revista, aquí se ha realizado un diseño más experimental y decorativo, pero manteniendo el vínculo de unión con las otras secciones mediante el color. He dibujado un estampado sencillo de fondo que enmarca una caja blanca que contiene el texto, que se encuentra justificado a la izquierda y subrayado.

El apartado *NO LEAS ¡DIBUJA!* es una sección que presenta original y exclusivamente la revista Yorokobu, en la que cada número presenta un objeto multiplicado por cuatro, en tamaño reducido y se invita al lector a colorearlo. En mi propuesta he adoptado esta idea, pero mi diseño se presenta de forma diferente. El objeto a colorear se divide por la mitad y ocupa toda la página,

de modo que la página opuesta queda en blanco. Con esta propuesta invito al lector a inventar la otra mitad del objeto y a intervenir el de la fotografía, en este caso un culo. He elegido representar un trasero, porque me parece una idea original y simpática, y además la forma en la que lo he situado en página crea un impacto visual potente. El título, a modo de cuño, se encuentra en la parte superior del extremo derecho inscrito sobre un adorno, que representa un lazo rojo que sobresale de la página.



Fig:15 Cómic; Fue un Desliz.Nerea Vendrell 2014.

Y por último, la propuesta de revista que he desarrollado propone un espacio fijo destinado al mundo del cómic. En esta ocasión el cómic expuesto es propio, pero en próximos números se invitaría a ilustradores a que dibujaran historias breves, ocupando no más de dos dobles páginas. Con esta propuesta pretendo crear un espacio dedicado al entretenimiento.

## 5.5 ENTREVISTAS Y REPORTAJES

En el diseño de la revista, también he maquetado textos de lectura más extensos que me han permitido jugar de forma más variada con las posibilidades de composición, potenciando el aspecto visual.



Fig:16. Separador bloque emergentes.

He dedicado una sección a jóvenes ilustradores emergentes, que he introducido con un separador a doble página con una fotografía y un texto que introduce el tema. He maquetado tres entrevistas en las que he alternado las ilustraciones de los propios artistas con el texto, buscando ritmo y variedad en la composición. En cuanto al diseño de las entrevistas, las tres presentan en común la misma tipografía para el titular y la utilización de una página a modo de masa de color, además, las ilustraciones las he presentado en diferentes formatos y ubicándolas de forma dinámica, algunas veces sangradas,

o empleando toda la página, o incluso ocupando las dos, con el fin de crear una lectura amena.



Fig:17. Entrevista María Corte.



Fig:18. Entrevista Sac Magique.



Fig:19. Entrevista Nikki Miles.

El texto en la presentación de los ilustradores lo he organizado en un solo bloque, pero en el cuerpo de la entrevista lo he dividido en dos columnas. Las preguntas realizadas las he destacado en negrita, para de esta forma crear un ritmo de lectura cómodo y directo.

En los reportajes he seguido las mismas pautas, mateniendo las dos columnas y buscando la diversidad entre imagen y texto. En esta sección la diagramación de los espacios ha estado en gran medida definida por las fotografías, ya que desempeñan un papel protagonista.

He maqueta dos reportajes, uno más extenso que abarca tres dobles páginas titulado; *Si vistes vintage ¿Eres un cobarde?*. En este reportaje he empleado un hexágono como recurso para los destacados, en algunos casos aparecen en negro con el texto en blanco, y en otros invertido, buscando la situación más visible para cada uno de ellos, ya que se encuentran superpuestos sobre fotografías.



Fig:20. Reportaje; *Si vistes vintage ¿Eres un cobarde?*

El segundo reportaje se titula *Un jardín que espanta los males*, lo he introducido con el título ocupando una página entera sobre una fotografía. De esta forma he marcado rotundamente el comienzo de un nuevo artículo. En esta ocasión he utilizado el color verde para las entradillas y los titulares, creando sintonía tonal con las fotografías y con los bloques de color que se han utilizado para crear un ritmo dinámico.



Fig:21. Reportaje; *Un jardín que espanta los males.*

## 6. ASPECTOS FORMALES

En la elaboración de esta revista he seguido ciertos criterios globales que le aportan entidad propia y personalidad. En La elección de estas pautas me he basado en la búsqueda de un diseño que atienda a valores tanto funcionales como artísticos.

ABCDEFGHIJKLM  
 NOPQRSTUVWXYZ  
 Zabcdefghijklmnopqrstuvwxyz&01  
 23456789ÆÁÂÃÄ  
 ÅÃÇÈÉÊËÌÍÎÑÓ  
 ÔÕÖØÙÚÛÜÝæ  
 áâãäåæçèéêëèfiñi  
 ñœóôöøßúûü  
 ŷıŁƷƒ\$¢¤™©®@ª  
 †‡§¶\*!;?¿,;:'''""'''...  
 «»()[]{|/\_\`´^¨~°~  
 -~.~" „#%‰°=-+~<  
 >—~^/·

Fig:22 LubalinGraph-Demi.

### 6.1 LA TIPOGRAFÍA

La tipografía es el elemento gráfico con más presencia a lo largo de todo el proyecto, la elección de ésta, junto con las pautas de estilo aplicadas, responden a una necesidad de legibilidad y definen la personalidad de la revista. Además ejerce una función unificadora durante todo el recorrido visual de la publicación, que le aporta identidad, a la vez que marca las distinciones entre diferentes secciones y apartados mediante títulos y destacados.

La tipografía que he elegido para el texto común es la ITC Lubalin, diseñada por Herb Lubalin en 1974. Se trata de una tipografía de estilo egipcio la define su pesado cuerpo, falta de contrastes, así como sus remates cuadrados y sin enlazar.

AaBbCc	AaBbCc	AaBbCc	AaBbCc	AaBbCc
AaBbCc	<b>AaBbCc</b>	<b>AaBbCc</b>	<b>AaBbCc</b>	<b>AaBbCc</b>

En su elección me he basado en su buena funcionalidad y carácter práctico, a la vez que en su estética neutra. Además también la he utilizado para diferentes titulares en su versión *bold* y en mayúsculas, ya que se trata de una fuente tipográfica que acoge diferentes grosores y ángulos .

Las pautas de estilo que he definido para el texto principal son; grosor *medium*, cuerpo 8,5 pt, interlineado 14 y texto justificado a la izquierda.

En la portada y en algunos titulares destacados, para la elección de la tipografía me he basado en el potencial plástico, con un fin más estético y decorativo, buscando la distinción dentro de la revista.

Por ejemplo la tipografía que he empleado para los titulares de las entrevistas ha sido la Wc Mano negra Bta, cuerpo 60 pt. Esta tipografía presenta un carácter manual, con un estilo gráfico rasgado y potente. He visto apropiada su elección, ya que buscaba una tipografía que aportara una personalidad desenfadada y joven. Esta tipografía también la he empleado en otros apartados de la revista, de forma puntual. Su uso en todos los casos lo justifica su estética *handmade*.



Fig:23. Simulación anuncio publicitario Cities fit for cycling.

ABCDEFGHIJKLM-  
 NOPQRSTUVWXYZ

Otra tipografía empleada de carácter decorativo, ha sido la Ribbon. La he utilizado para el titular del reportaje *Si vistes vintage ¿ Eres un cobarde?*. He



Fig:24. Reportaje; *Si vistes vintage ¿Eres un cobarde?*

visto su elección idónea para el tema tratado, ya que transmite una estética clásica, pero actualizada, aportándole personalidad al texto. Además he combinado distintos tamaños, enfatizando la palabra protagonista: *vintage*.



## 6.2 LA COMPOSICIÓN

La composición resulta de la forma en la que se distribuyen los diferentes elementos en una página, se busca crear equilibrio, armonía, tensión y ritmo de lectura.

Para ello se han definido una serie de pautas compositivas concretas que se amoldan al tamaño y proporciones de la página. En este caso el formato de la revista es vertical; 20 cm de ancho por 26,5 cm de alto, por su reducido tamaño se encuentran una serie de limitaciones en las posibilidades de organización de el texto.

Teniendo en cuenta el formato he definido una retícula compositiva que permite construir el dibujo del texto durante todo el recorrido de la revista, sirviendo de modelo y ofreciendo alternativas con sintonía para evitar repeticiones, dejando espacio para realizar variaciones cuando se crea necesario. Su uso se encuentra determinado por todos los elementos de la página; imágenes, símbolos, texto, etc...

Los márgenes son el espacio en blanco que rodea la página, y delimitan el espacio del texto, las medidas que he establecido son las siguientes;

- Exterior: 2,5 cm
- Inferior: 2 cm
- Interior: 2,5 cm
- Superior: 2,5 cm

En ningún caso el texto ha sobrepasado estos límites y en algunas ocasiones no se ha llevado al límite del margen.

He trabajado con un máximo de dos columnas por página a excepción de una sección que ha requerido de tres más reducidas. El medianil, que crea la distancia entre ellas es de 5 mm. El tamaño de las columnas es de 7 cm de ancho y he trabajado el texto justificado con la última línea ajustada a la izquierda.

El esquema de volúmenes creado lo define en gran medida las imágenes utilizadas, teniendo en cuenta la composición a doble página, lo he distribuido de forma compensada y evitando la monotonía, para ello he creado contrastes de tamaño y he buscado un equilibrio asimétrico, buscando sensación de movimiento.

En algunas ocasiones se han dejado espacios en blanco creando de esta forma un aspecto más ligero y equilibrando la composición, y en otras se ha alternado las imágenes con masas de color de fondo en la página.

La paginación es numérica y continua, va situada en la cabecera, además del número de cada página, también va escrita la leyenda con el nombre de la publicación.

### **6.3 ESTÉTICA**

La imagen que proyecta una revista radica en el enfoque temático y en el estilo estético. Se debe tener en cuenta fundamentalmente al público al que se destina y adecuarla en sintonía.

La estética es el resultado de una decisión previa de aspectos formales y su combinación. La definición estética de una revista comienza con el primer golpe de vista de la portada, que anticipa y sugiere con fuerza el contenido, es el primer impacto visual que se crea con el lector.

La imagen de la revista está enmarcada en las corrientes estéticas de las publicaciones de similar índole que circulan en el mercado actual. Publicaciones que, en su diseño, presentan una diagramación muy dinámica y versátil, huyendo de convencionalismos y adaptándose a un perfil de persona joven e interesada en la cultura visual.

Buscando esta imagen de publicación desenfadada y atrevida he experimentado con diferentes recursos que acentúan su personalidad, como por ejemplo, la superposición de texto sobre imagen o la utilización de ilustraciones y fotografías que ocupen las dos páginas. En ocasiones, de manera intencionada, el contenido de la imagen supera los márgenes del formato de la revista y otras, por contraste, aparece enmarcada por un borde blanco. En definitiva todas las decisiones estéticas se encuentran justificadas en la búsqueda de un resultado final cuidado pero que transmita esta personalidad fresca y actualizada.

## 6.4 COLOR

El color supone un factor de reconocibilidad inmediata al observar cualquier proyecto de diseño gráfico, su elección contribuye a transmitir diferentes sensaciones y su apropiada utilización es crucial en cualquier proyecto de esta índole.

En la portada y contraportada predomina el color verde intenso, esta tonalidad evoca calma y se encuentra a menudo ligado a una filosofía de ecología y equilibrio, es por esto, que he optado por la utilización de este tono como predominante en la cubierta, ya que se pretende transmitir este mensaje. El rojo y el azul también tienen peso en las ilustraciones creadas, y su elección ha sido fruto de una búsqueda de contraste y atractivo visual.

En los interiores, sobretodo en la secciones fijas y el sumario también predomina el verde, pero con un matiz más amarillo, por lo tanto, más vivo, lo he utilizado para destacar elementos del diseño y como recurso unificador de diferentes apartados, en ocasiones a modo de masa de color, una de las razones por las que he optado por este color ha sido porque posee la función de neutralizar los colores cálidos.

Durante el recorrido de la revista he utilizado diferentes colores y tonalidades, buscando siempre la armonía y basando su elección en las sensaciones que se pretenden transmitir dentro del apartado en que se ubiquen, por ejemplo, en las diferentes entrevistas he utilizado tonalidades variadas para cada una de ellas, en la de Sac Magique y Mariá Corte, prima el color azul, con distinto matiz, mientras que en la de Nikki Miler el color más identificativo es el verde, estas decisiones tonales se han decidido, buscando transmitir la personalidad de las obras que presentan.

## 6.5 FOTOGRAFÍAS

Desde sus inicios, la presencia fotográfica en el diseño ha desempeñado un papel protagonista, su capacidad de activar significados y sus valores formales, son los principales motivos que la llevan a ocupar multitud de portadas y artículos en publicaciones.

En el diseño de revistas concretamente, la fotografía se interrelaciona con el texto, componiendo las páginas de forma equilibrada, coherente y respetando ciertas pautas de comunicación. Se trata de un material visual determinante en la calidad estética y técnica de una publicación. Los temas que aborde el texto serán cruciales en la producción y elección de las fotografías que lo acompañen, para ello se deben seleccionar imágenes que sugieran y sitúen al lector.

A través de una fotografía se puede comunicar un mensaje, que varía según el tono en el que enfoquemos la imagen, se puede transmitir ironía, sentido poético, una impresión puramente estética...etc

El uso de fotografías es una constante en el recorrido del presente proyecto, su producción y aplicación ha sido planeada, tratándose todas ellas de generación propia, a excepción de una que ha sido rescatado de un banco de imágenes, al tratarse de un león. Las he utilizado buscando la complementación del texto y la contundencia, al par que, pensando en un sentido estético y de unión dentro de diferentes apartados.

En los reportajes y en los anuncios publicitarios de la maqueta realizada, es, sin duda donde más predomina la fotografía, su uso se complementa con texto arbitrariamente. Además, he realizado retoques fotográficos, buscando el atractivo y la unión estilística entre ellas. Las fotografías utilizadas recrean un ambiente y un lenguaje visual que se adapta a los temas desarrollados en el texto que acompañan, aportando personalidad y distinción dentro de la revista.

## **7. ARTES FINALES**

### **7.1 HERRAMIENTAS Y SOFTWARE UTILIZADOS**

Los programas que he utilizado han sido Adobe InDesign CS6 para la maquetación de la revista, Adobe Photoshop CSS para el retoque fotográfico y Adobe Illustrator CS6 para la creación de las ilustraciones.

He trabajado el texto automatizando las tareas y definiendo pautas en la creación del documento. He utilizado la opción de página maestra para insertar caracteres que se repiten durante toda la revista, como es la leyenda y la paginación, y el texto lo he vinculado en todas las cajas del documento, creando distintos estilos de párrafo; texto común, destacados, titulares..

Photoshop lo he utilizado para crear retoques fotográficos puntuales, pero sobretodo para realizar la interpolación de las imágenes descargadas de internet, ya que originariamente se encuentran a un tamaño reducido. Este sistema realiza un remuestreo en la imagen, que permite ampliarlas sin que su resolución se vea afectada.

Las ilustraciones realizadas son totalmente digitales, es por esto que he utilizado el programa de creación de imágenes vectoriales, Illustrator. Posteriormente, he exportado estas ilustraciones a Photoshop para definir los colores y crear las texturas, con el fin de enriquecer los acabados.

## 7.2 COLOR EN IMPRESIÓN

La reproducción del color la he resuelto en cuatricomía, este modo de color llamado CMYK, se crea a partir de cuatro colores primarios; C=cian, M= magenta, Y=amarillo (yellow) y k=negro(key).La mezcla de estos tonos se calibra mediante un sistema sustractivo, en el que se reproducen los colores mediante la absorción y rechazo de la luz.

He optado por este modelo de color, ya que es el que más idóneo para impresión. He tenido en cuenta los cambios de color al observar el documento en pantalla y al imprimirlo, es por este motivo que, he realizado varias pruebas de impresión hasta llegar a los tonos deseados

## 7.2 FORMATOS

Las imágenes las he trabajado en TIFF a 300 ppp en Photoshop, seguidamente las he trasladado a InDesign en este mismo modo. Se trata de un formato que permite flexibilidad, ya que soporta la comprensión LZW y se crea a partir de bits, por sus características es el más usado para impresión.

Para la creación del documento final para imprenta he creado un pdf (*portable document format*) de impresión de alta calidad, este formato permite almacenar todo tipo de imágenes y caracteres en un documento de múltiples páginas, además la información que contiene puede representarse desde distintos operativos. He conservado las marcas de sangrado de 3 mm y he seleccionado la opción de marcas de recorte, para facilitar de esta forma el guillotinado de las páginas.

## 7.3 MATERIALES

La revista se ha impreso en papel offset blanco, en la cubierta de 300 grs y plastificada en mate y, para las páginas internas de 150 grs. La encuadernación ha sido mediante encolado.

## CONCLUSIONES

Este trabajo me ha servido fundamentalmente para aplicar, integrar y desarrollar los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos durante mi enseñanza universitaria en el grado de Bellas Artes.

La finalidad principal del trabajo ha sido la elaboración de una maqueta de revista de tendencias. Dado que me he centrado en la especialización en

diseño, mis expectativas se han dirigido en gran medida hacia el desarrollo de los valores experimentales y creativos, teniendo en cuenta la funcionalidad y los aspectos técnicos requeridos en el desarrollo de un proyecto de diseño gráfico.

En la maqueta de revista diseñada, he aplicado conocimientos previos obtenidos y he ampliado mis capacidades resolutorias. En cuanto a los objetivos pautados en el planteamiento precedente a este trabajo, pienso que se han superado con éxito, desde la creación de la portada y contraportada, hasta la maquetación de los interiores. Se ha trabajado de forma constante y planificada, decidiendo pautas formales y estéticas, que se han respetado y adaptado al tipo de publicación que pertenece. El manejo de los programas pertinentes para la realización del trabajo, también han supuesto un incremento de las destrezas técnicas obtenidas, aumentando de esta forma el grado de complejidad asumido en el trabajo.

Este trabajo me ha acercado a una visión profesional del mundo editorial, ya que he buscado un acabado cuidado y exigente, que presente un potencial acorde con encargos reales en el mundo laboral.

De acuerdo con el proyecto planteado y el resultado obtenido, pienso que han quedado demostrados los conocimientos del diseño adquiridos y las habilidades técnicas específicas empleadas en el ejercicio de este trabajo.

Uno de los aspectos fundamentales en los que he concluido es que en el diseño de una revista es prioritario que se siga una línea editorial y una coherencia de estilo, ya que, la entidad propia reconocible de una revista y su versatilidad, son el eje central de este tipo de publicaciones periódicas.

Una de las limitaciones que he encontrado en la realización de la revista, es que en un principio me planteé las páginas pertenecientes a las secciones fijas, con un color de tinta flúor. Dado la imposibilidad de imprimir este tipo de tinta mediante la impresión digital, ya que se requiere de una impresión offset, y este procedimiento se utiliza para impresión de tiradas largas, he optado por adecuar al máximo la tonalidad del color al deseado. El resultado obtenido ha sido grato, ya que el color ha resultado potente y tal y como se concibió en pantalla.

Para concluir diré que este trabajo me ha servido para adentrarme y aumentar mis conocimientos en el ámbito editorial. En próximos proyectos me gustaría seguir explorando este campo, ya que es una disciplina en la que me siento cómoda y me gustaría en un futuro desarrollar mi actividad profesional en esta área.

### Bibliografía consultada

ADORNO, Theodore: *Teoría estética*, Akal, Madrid, 2004.

BALIUS, A: *Type at work: usos de la tipografía en el diseño editorial*. Index book, 2003.

BAINES,P *Tipografía : función, forma y diseño*, Gustavo Gili, 2002

BERGER, J.: *Modos de ver*, Gustavo Gili, Barcelona, 2000.

CARRERE, A: *Retórica tipográfica*, Universidad politécnica de Valencia, servicio de publicación, 2009.

CALVERA, A.: *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos para un polémica que viene de lejos*, Gustavo Gili, Barcelona, 2005.

FIORAVANTI, Giorgio: *Diseño y reproducción*, Barcelona, Gustavo Gili, 1988.

FREUND, Gisèle: *La Fotografía como documento social*, Gustavo Gili, Barcelona, 1986.

HOLLIS.R *El diseño gráfico : una historia abreviada*, Ediciones Destino, S.A., Barcelona, 2000.

MARTÍN, E.: *La composición en artes gráficas*, Edebé, Barcelona, 1974.

MEGGS, PHILIP. B.; Purvis, Alston W.: *Historia del diseño gráfico*, R.M.Verlag, Barcelona, 2009.

MESEGUER.L: *Typomag. Tipografía en las revistas*, Index book, 2011.

MUNARI.B: *Diseño y comunicación visual*, Gustavo Gili, Barcelona, 2013.

O'REILLY.J: *Sin briefing : proyectos personales de diseñadores gráficos*, index book, 2003.

OWEN.W: *Diseño de revistas*, Gustavo Gili, 1991.

PELTA,R: *Diseñar hoy: temas contemporáneos de diseño gráfico*, Paidós Iberica, 2004

SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R.: *Breve historia de la publicidad*, Forja, Madrid, 1982.

SAMARA,T: *Los elementos del diseño,manual de estilo para diseñadores gráficos*, Gustavo Gili, Barcelona, 2008.

SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R.: *Breve historia de la publicidad*, Forja, Madrid, 1982.

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

SATUÉ, E.: *El diseño gráfico: Desde los orígenes hasta nuestros días*, Alianza, Madrid, 1988.

WEBER.M: *The layout look book, guía visual de diseño y maquetación*, Monsa, 2007.

WIGAM, Mark: *Pensar visualmente*, Gustavo Gili, Barcelona, 2007.

ZANÓN,A: *Introducción al diseño editorial*, Vision net, Madrid, 2007.

ZAPPATERRA.Y.: *Diseño editorial. Periódicos y revistas*, Gustavo Gili, Barcelona,2009.

ZEEGEN, Lawrence; *Crush: Principios de ilustración*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006.

### **Bibliografía citada**

HERAS.D *Incidencia de los medios de reproducción en la evolución de la ilustración gráfica* [tesis doctoral] Valencia: Universidad politécnica de Valencia, 2011.

LESLIE. J. *Nuevo diseño de revistas*, Gustavo Gili, 2003.

MUNARI.B: *¿Cómo nacen los objetos?* Gustavo Gili, Barcelona, 1993.

WILLIAMS.E *la nueva publicidad las mejores campañas*, Gustavo Gili, 2010.

ZEEGEN, Lawrence: *Ilustración digital. Una clase magistral de creación de imágenes*, Promopress, Barcelona, 2007

### Referentes audiovisuales

Cámara abierta2.0- Las revistas Jotdown, Yorokobu, Mongolia; el blog Plan B: Respostería casera; Goyo Jiménez en un 1minutoCOM. En: *rtve.es A la carta*, 18-01-2014. [consulta 05-05-2014].

