

Editorial

MANUAL D'ESTIL.

GISELA EJARQUE

BILLBOARD





LA MUSICOTERÀPIA

CONTINGUT

08	Introducció
	Revista

10	Política editorial
	Identitat
	Missió, visió, valors
	Objectiu
	Mercat
	Temàtica
	Logotip
	Diagramació

18	Detalls gràfics
	Format
	Materials
	Tintes
	Retícules modulars
	Esquema maquetació
	Tipografia
	Gamma cromàtica

32	Maquetació
	Composició portada
	Sumari
	Contraportada
	Argument portada
	Seccions
	Titulars
	Paràgrafs
	Logotip
	Fotografia
	Peus de fotografia
	Ús del negatiu
	Numeració
	Publicitat

52	Aplicacions
	Punt de llibre
	Disc de vinil
	Pòster
60	Conclusions finals

08

INTRODUCCIÓ



Revista

El present manual d'estil conté un conjunt d'idees organitzades, planificades i ordenades que presentaran la meua revista sobre musicoteràpia, la qual serà un suplement setmanal de la revista original americana, *Billboard*.

Aaquest suplement unifica les pautes per a la creació de la publicació setmanal sobre la musicoteràpia. Observarem els diferents estils i usos de la gramàtica, la fotografia, la tipografia, les composicions reticulars de la revista, etc; i les aplicacions corresponents.

10

POLÍTICA EDITORIAL



Identitat

La revista *Billboard* és una revista setmanal nord-americana i una llista especialitzada en donar informació sobre la indústria musical internacional. També és una de les revistes més reconegudes internacionalment en la que trobem cançons i àlbums més populars, classificats en diverses categories.



Missió, visió, valors

La **missió** principal d'aquest suplement és arribar a un cop cada mes ampli sector de la població que busca alternatives de qualitat als productes i continguts de la indústria musical.

La **visió** futura és ser un mitjà de comunicació de referència per a tot el món, crear un temps d'oci de qualitat pel nombre més gran de lectors possibles, fomentant així un desenvolupament musical satisfactori de tota la societat.

Els **valors** principals de la revista són col·laboració, creativitat, honestat i llibertat i independència.

Objectiu

En termes generals, la revista de Musicoteràpia de la *Billboard* té l'objectiu de ser un producte de comunicació i informació per donar-li una personalitat a la marca amb un estil modern i actual.

Amb l'anàlisi de la revista i de la competència, em vaig adonar que el producte original era poc eficaç gràficament i la seva estètica era molt feble. És per això que la revista de Musicoteràpia equilibra aquest disseny de la revista original, reforçant la seva importància, professionalitat i confiança.



Mercat

El mercat que envolta la música i la musicoteràpia és 100% creatiu i no verbal. La revista està envoltada d'un públic que variaria d'entre adolescents i joves adults (25 - 35 anys).

Es tracta de promoure la passió per la música i la facilitat de comunicació, fer que les relacions i l'aprenentatge satisfacin les necessitats emocionals i mentals del lector.

Gent social que comparteixi gustos musicals, que li agradi la música internacional i que segueixi les xarxes socials amb les últimes tendències en aquest gènere. Gent activa en votacions.

Temàtica

La revista vol assolir una temàtica actual, un tema que avui dia no és molt escoltat, però que és de parlar, i és la música com a teràpia mental. Persones que recorren a la música com a un estil de vida per deixar la ment en blanc, desconnectar dels problemes exteriors, endinsar-se en un món que la música crea per a ells i on se senten bé.

És una manera que el lector aprengui de què és capaç la música i de les funcions sanadores que aquesta pot desenvolupar en l'individu, i pot endur-se a casa una guia completa sobre la Musicoteràpia i la relació que té amb la tristesa.



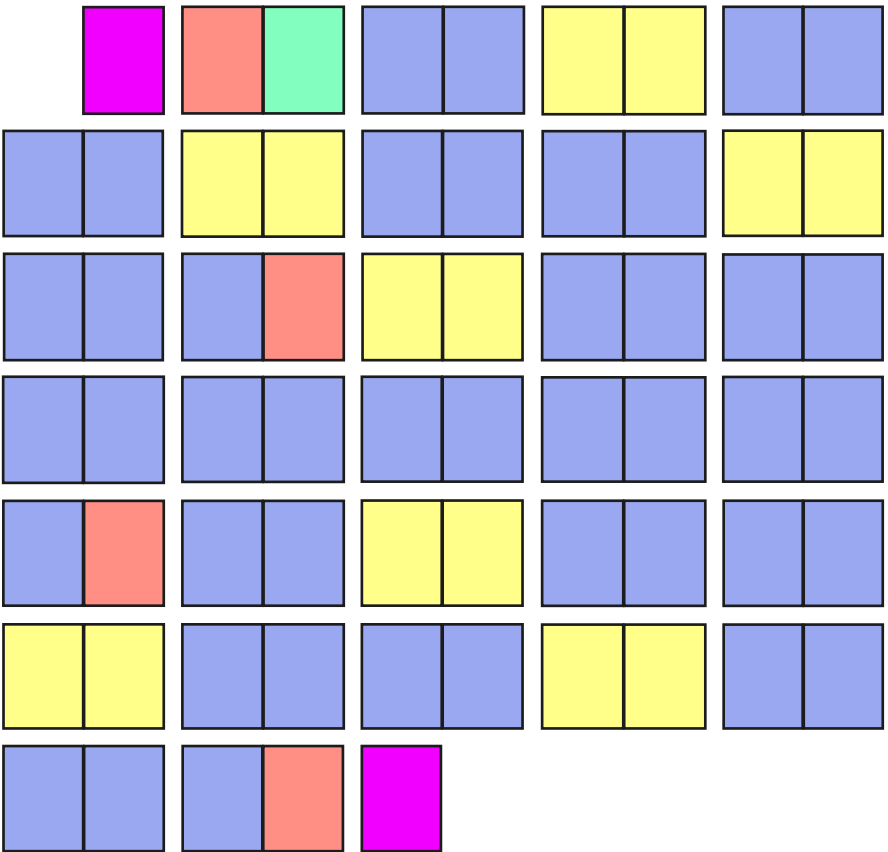
Logotip

El logotip original de la revista *Billboard* és completament tipogràfic, té un interletrat ajustat i és totalment en minúscules. El fet que utilitzi una gamma cromàtica del blanc i del negre fa que li doni a la marca serietat i professionalitat.

La tipografia original del logotip s'anomena *Bunya*, una sense serifa i geomètrica que emfatitza la geometria bàsica del nom, creant una lletra tipogràfica que fa ressò dels cercles de l'original i encara sembla “pop”, característica que la revista vol transmetre al seu públic.

billboard

Diagramació

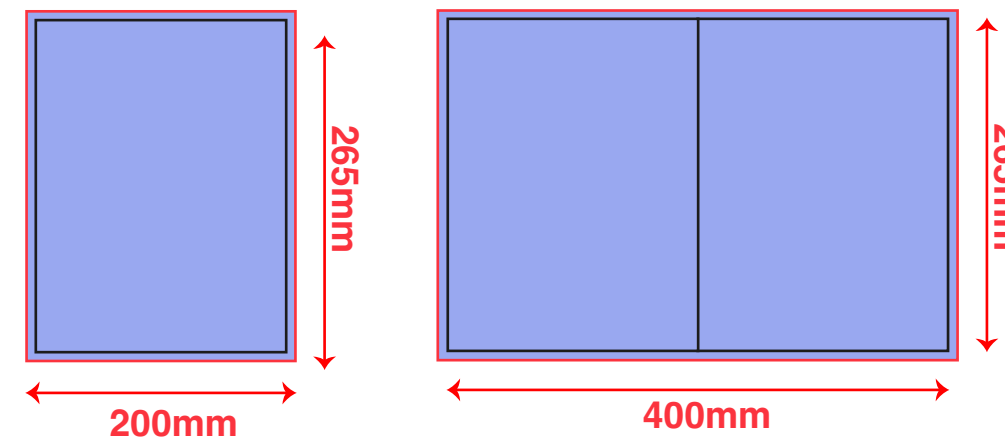


- Portada i contraportada
- Sumari
- Publicitat
- Seccions
- Text i imatge

18

DETALLS GRÀFICS

Format



- **Tancada:** 200 mm x 265 mm
- **Oberta:** 400 mm x 265 mm
- **Pàgines:** 64 pàgines
(múltiples de 4)

Materials



ENQUADERNACIÓ GRAPADA



PAPER ESTUCAT BRILLANT (300g)



PAPER ESTUCAT MATE (150g)

Tintes



PORTADA, CONTRAPORTADA I SECCIONS DE LA REVISTA
TINTA ÚNICA (MONOTÓ)



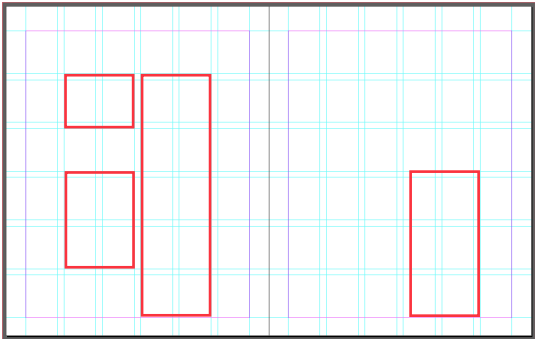
INTERIOR REVISTA EN CMYK I ESCALA DE GRISOS



Retícula modular 1

La retícula que utilitzo al llarg de la meva revista és de 6 columnes x 6 files com la de la imatge (26 camps) i és la que està a la pàgina mestra de la maquetació adequada a la tipografia escollida. A través de les guies, creo entre dues i tres columnes invisibles per maquetar el text per a una bona llegibilitat. Que hi hagi tantes divisions em permet jugar amb el disseny de les imatges i el text que dona un gran equilibri visual.

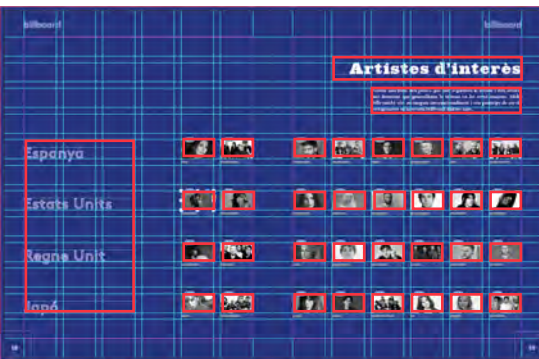
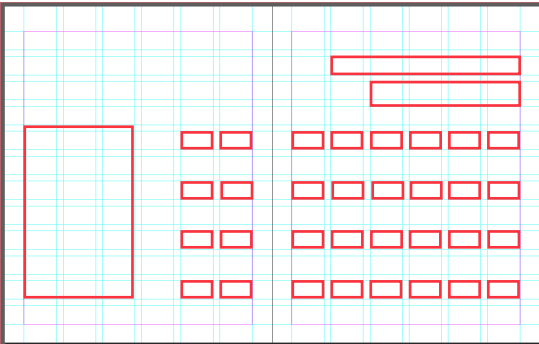
- **Medianil:** 5 mm.
- **Marges:** Inferior i costats 14,7 mm / Superior 20 mm.
- **Sang:** 3 mm.



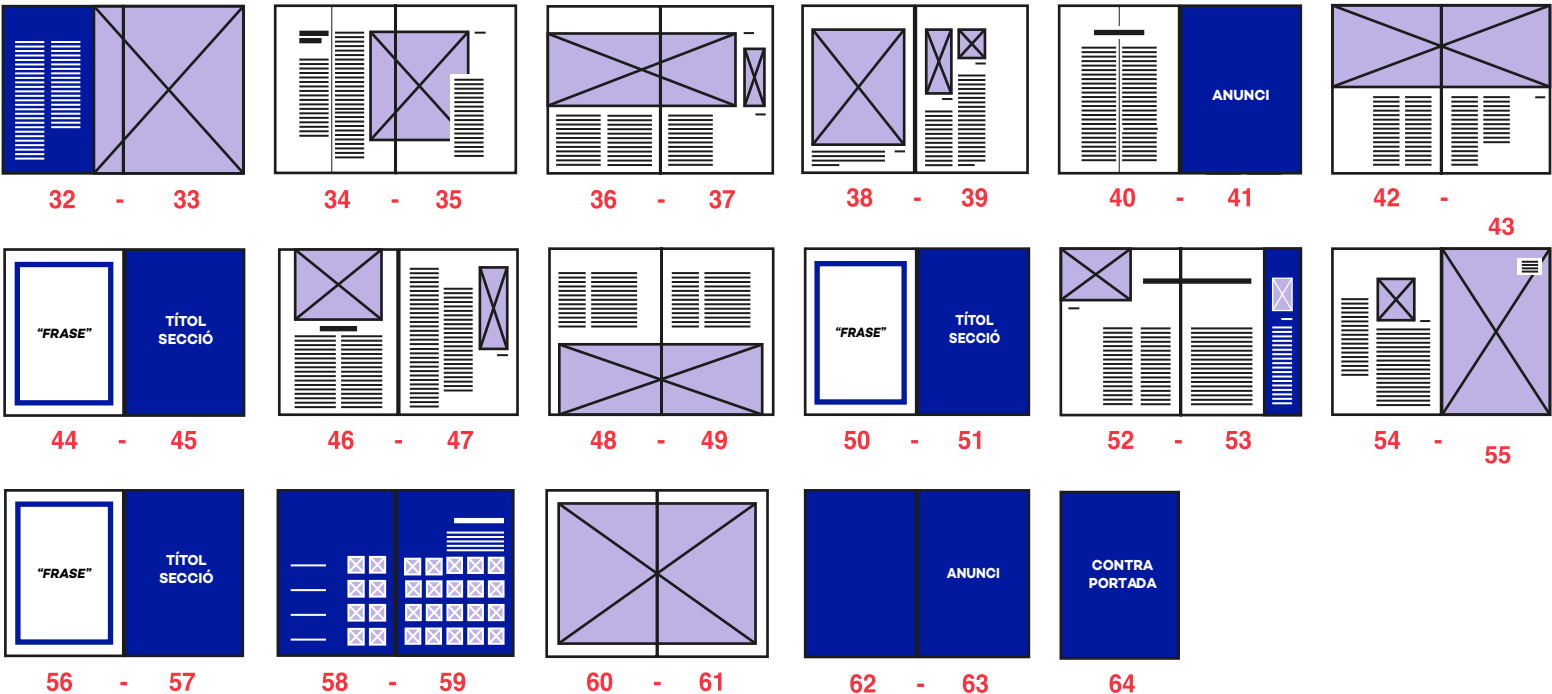
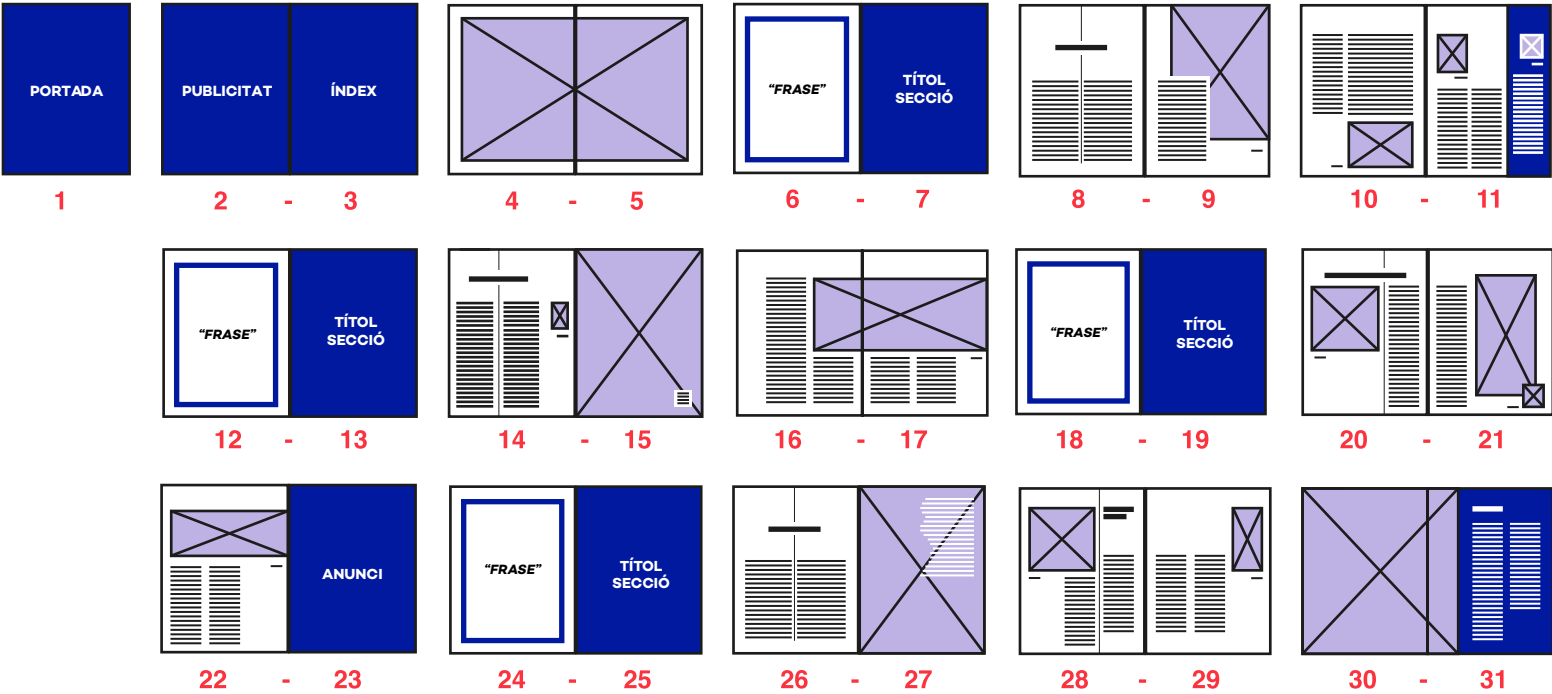
Retícula modular 2

En l'última secció de la revista utilitzo una retícula diferent, és de 6 columnes x 12 files (72 camps). Això és degut per l'alt nombre de fotografies que haig d'afegir. Les distàncies verticals són inferiors que les horitzontals, ja que els mateixos camps ajuden a dividir les 4 files i a poder afegir sota les imatges un peu de fotografia que calibra la composició.

Es faran servir dos tipus de retícules, les quals s'aplicaran segons la necessitat de la temàtica i del seu contingut.



Esquema maquetació



Tipografia

- **Logotip:** *Bunya Bold*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

- **Titulars:** *Brown Bold*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

La *Brown* és una tipografia en negreta que és realment senzilla i agradable de llegir, és de pal sec i per titulars funciona correctament per a una llegibilitat ràpida i fàcil.

A les portades de les seccions col·loquem el titular en un puntatge de 45pt i quan el repetim a l'interior el posem a 33pt.



- **Titulars especials:** *Ziggurat Black*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

- **Text:** *Lyons Regular*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ—OPQRSTUVWXYZ

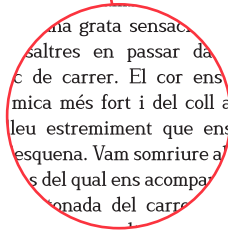
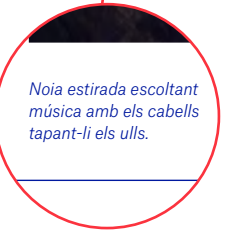
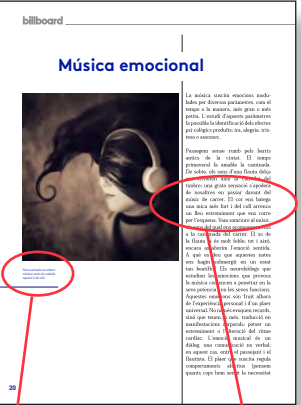
- **Peus de fotografia:** *Atlas Grotesk Light Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

La tipografia *Lyons* és una tipografia amb serifa que està inspirada en el mestre del Renaixment Robert Granjon i alhora li dona un to contemporani a la nostra revista. El seu aspecte el·legant es combina amb la natura intel·ligent i anònima, el que fa que sigui excel·lent per a revistes com la meva o llibres.

Faig servir les caixes de text a 10pt i els peus de fotogrfa a 6pt.



Gamma cromàtica

El color principal que presenta tota la revista és el *Pantone Blue 072 C*.

La revista de musicoteràpia es centra en la tristesa, i és per això que el color blau és el protagonista en aquesta, ja que el blau presenta una sèrie de carracterístiques com la tranquil·litat, el color relaxant... el més passiu. I per això s'associa, des del romanticisme, el color blau amb tots aquells sentiments i sensacions que tenen a veure amb la passivitat, entre les quals la tristesa.

Tonalitats:



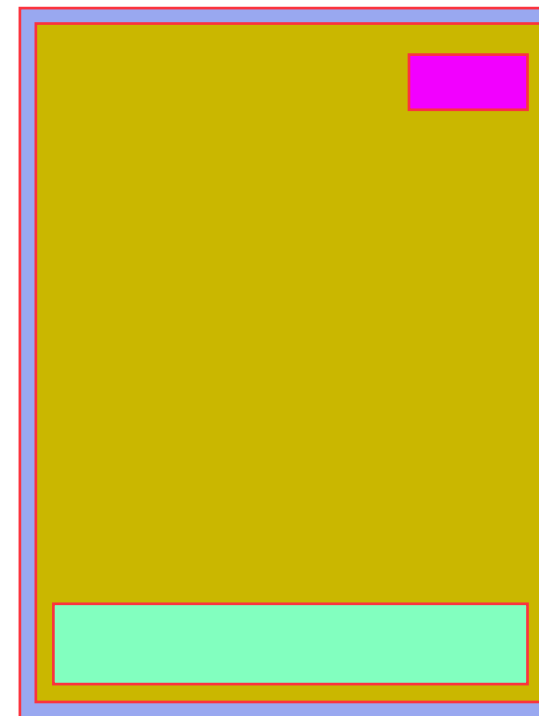
R: 0 **C:** 100
G: 15 **M:** 90
B: 159 **Y:** 12
 K: 2

PANTONE Blue
072 C

32

MAQUETACIÓ

Composició portada



El **logotip** està posicionat en la part superior dreta en petites dimensions, juntament amb la **data** de la revista ja que volem que el **titular** sempre estigui en la part inferior i centre de la revista. Tota la composició de la revista és simètrica i compta amb una tipografia amb l'estètica de la marca.

La **imatge** protagonista que ocupa tota la portada fa de carta de presentació al lector, amb aquest **quadrat** blau que l'envolta fa referència a la revista *Time*, ja que ambdues presenten aspectes del dia a dia de la vida social de les persones.

Argument portada

El disseny de la portada està pensat perquè doni una imatge formal, simple, seria i ordenada pel nostre públic objectiu. Només disposa del logotip de la revista, la data i any i el titular principal.

El monotó de la imatge de fons reforça aquest minimalisme i predomina en tot el disseny, i ajuda al fet que el públic objectiu tingui un impacte visual quant a vegi la revista a les tendes i els atregui.



Sumari

El sumari de la revista és senzill, està situat a la pàgina dreta després de la portada. La numeració de les seccions ha d'estar a l'esquerra i a la dreta el titular d'aquestes amb la mateixa tipografia Brown. El seu disseny és minimalista i bàsic, de manera que les seccions puguin ser trobades pels usuaris de forma ràpida i eficient. Segueix l'estètica de tota la revista de forma polida.

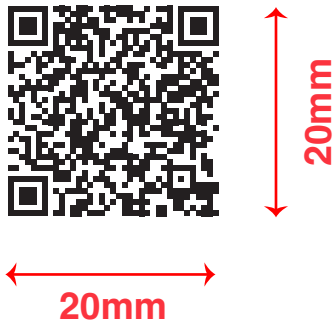
SUMARI

07	La música
13	La musicoteràpia
19	Música emocional
25	La tristesa
	Sentiment Estil de música Lletres de cançons Música trista El color blau
45	Entrevista Vicky Vivas
51	Article acords musicals
57	Artistes d'interès

Contraportada

La contraportada també fa servir el recurs del monotó amb una imatge de fons i el mateix requadre blau que l’envolta. En aquesta pàgina s’ubica un codi QR blanc amb un enllaç directe a una llista de reproducció de *Spotify* de “Música Trista”, tal com indica el text del seu costat.

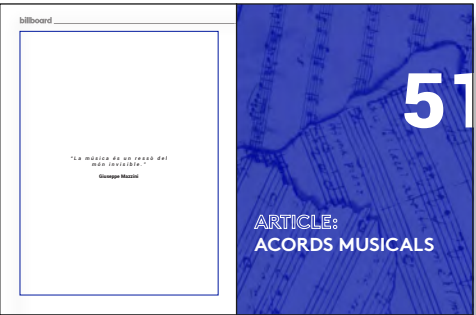
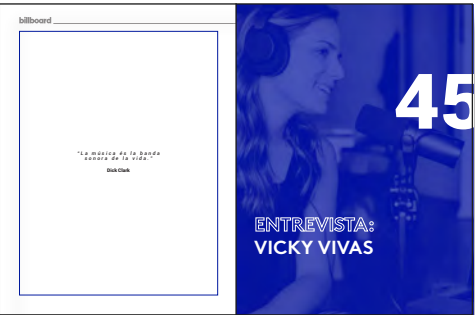
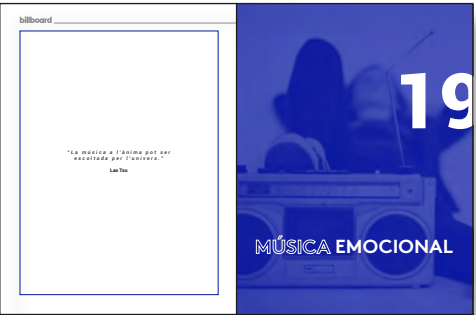
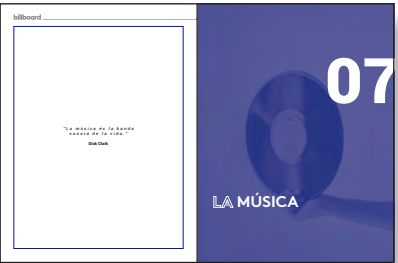
Sota, a la part inferior dreta, trobem el codi de barres en negre que sempre estarà ubicat en aquella part de la revista amb les mesures següents.



Seccions

La pàgina esquerra és un disseny senzill d'una frase famosa sobre el tema de la música, amb el nom de l'autor que la diu i un rectangle de les mesures dels marges de la retícula per tancar la composició i donar-li una personalitat pròpia a la revista.

A la pàgina dreta continuo fent servir el recurs del **monotó** amb la gamma cromàtica blava, amb una imatge de fons en opacitat al 30%, el número de la pàgina a 185pt i el titular de la secció. Aquest recurs es continua repetint al llarg de totes les introduccions de les seccions de la revista, amb igual estètica de la portada i seguint la retícula modular 1.



Titulars

Els titulars, tot i tenir una pàgina pròpia d'introducció com hem vist anteriorment, es tornen a repetir en la pàgina següent. Aquests poden estar tant al **centre** de la pàgina com **alineats a l'esquerra**, això varia al llarg de la revista segons el paràgraf que ve a continuació, si aquest ocupa més blocs de la retícula o menys, el titular s'adequarà a aquella columna.

billboard

LA MÚSICA

L'origen de la música és plenament desconegut. Ja que actualment no es té cap teoria científica establerta per interpretar-la, més la veu humana, la primera expressió que es desena expressió en el registre paral·lel. Es pot intuir que la música és un fenomen que es desenvolupa a l'època de la prehistòria, ja que és un dels elements més primitius de la cultura humana. El canvi d'alguns elements del llenguatge, però, és un canvi que es produeix després de la invenció de la paraula escrita, ja que és un dels elements més primitius de la cultura humana. El canvi d'alguns elements del llenguatge, però, és un canvi que es produeix després de la invenció de la paraula escrita, ja que és un dels elements més primitius de la cultura humana.

LA MÚSICA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

billboard

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

LA TRISTESA MÚSICA TRISTA

Logotip

Utilitzarem el logotip de la revista original *Billboard*. El seu objectiu serà secundari, ja que al llarg de la revista

estarà ubicat a les parts superiors esquerra i dreta amb l'objectiu d'identificar la marca de la qual es tracta la revista. Quan es facin servir els fons blancs, el logotip serà de color negre amb opacitat al 50%, perquè no volem que aquest ressalti molt i agafi protagonisme. En el cas dels fons de color, el logotip passarà a estar en negatiu, amb opacitat també al 50%.

Els logotips de l'esquerra i de la dreta estaran connectats per una línia del color corresponent amb un traç de 0,25pt, seguint l'estètica dels peus de fotografia i dels corondels que trobem als principis de les seccions.



billboard

billboard

Fotografia

Les fotografies utilitzades a la revista són descarregades de bancs de fotografies lliures de drets. Aquestes estan relacionades amb el contingut de cada una de les seccions i estan en format CMYK. Totes tenen una mínima resolució de 300 dpi i també en format TIFF.

Al llarg de la revista trobem tant fotografies quadrades com rectangulars i ocupen la meitat o menys de la pàgina. Les podem descobrir tant a sang com respectant els marges i la seva funció és fer més lleugera la lectura, ja que serveixen de guia sobre la resta de contingut.



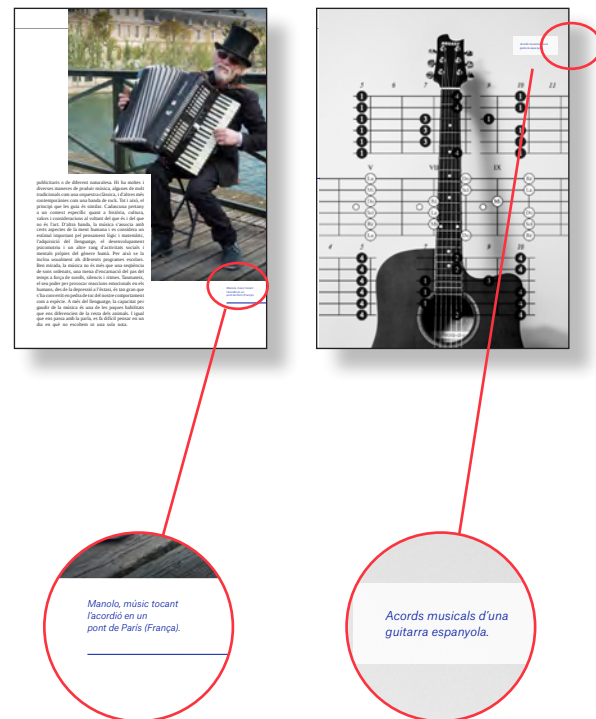
Per a les fotografies que ocupen la pàgina sencera i més de 3/4 de dues enfrontades, he utilitzat el recurs d'**escala de grisos**, ja que com la tristesa és el sentiment protagonista, aquest filtre accentua el missatge que vol transmetre la revista, a més de donar-li una personalitat única i neta.



Peus de fotografia

Tots els peus de fotografia de la revista tenen la mateixa estètica. La tipografia és del color corporatiu de la revista i utilitzo un puntatge de 6pt. Una línia de la mateixa gamma cromàtica segueix els peus de fotografia i sempre està a sang i a un traç de 0,5pt, donant equilibri a la composició i a la fotografia.

A les imatges de pàgina sencera, els peus de fotografia queden atrapats dins un requadre blanc d'opacitat 80%, per no trencar l'harmonia del blanc i negre.



Ús del negatiu

El fons a color és un recurs important en aquesta revista. El negatiu és utilitzat en les seccions rellevants, com l'Entrevista i els Artistes d'interès. També és fet servir quan es parla d'un personatge real, tal com pot ser un artista famós com una persona d'exemple, i això limita a posar el text en blanc per a una llegibilitat correcta. Aquest recurs li dona dinamisme a la revista i va trencant amb les pàgines més monòtones, a més d'accentuar la gamma cromàtica escollida per a la revista.



Numeració

La numeració de les pàgines de la revista és ben senzilla. Aquests apareixen en les parts inferiors esquerra i dreta de les pàgines menys en les quals tenen imatges a sang en aquella zona. El puntatge de la lletra és de 12pt i utilitzem la gamma cromàtica corresponent. Quan el fons és de color, la numeració passa a ser blanca.

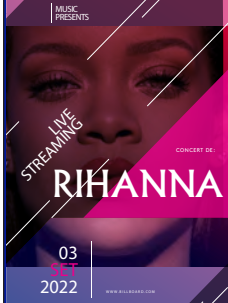


28

29

Publicitat

Qualsevol tema relacionat amb el camp de la indústria musical està permès en la revista. En el meu cas he optat en afegir publicitat de concerts i festivals de música ficticis. Aquests anuncis en CMYK ocupen una plana de pàgina i estaran sempre ubicats en la part dreta de la revista, excepte el primer que està al darrere la portada. La publicitat en revistes ofereix bona qualitat d'imatge i més temps de lectura que fan que la marca es mantingui al *top of mind* del lector, aconseguint que aquest tipus de promoció sigui molt efectiva.





52

APLICACIONES

He dissenyat 3 aplicacions que complementen amb la revista:

Punt de llibre

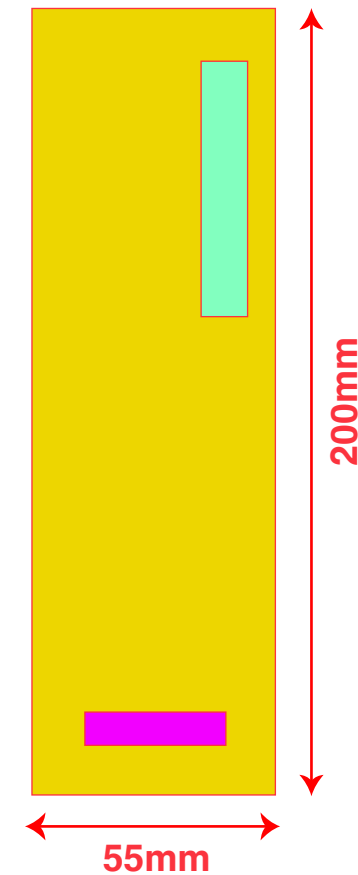
Disc de vinil

Pòster

Punt de llibre

He dissenyat 2 punts de llibre que tenen la mateixa estètica que la revista, amb ús de monotó i una **imatge** de fons fent referència al tema d'aquesta. El fons de la imatge és pla en ambdós punts de llibre per donar-li una harmonia i constància, que recordi a les seccions de la revista i del que tracta. En la part superior dreta disposa el **títular** i en la part inferior, al centre, està el **logotip**. Dues franges blaves a la part superior i inferior acompanyen la composició. En la part del darrere està el codi QR amb el mateix missatge que trobem a la contraportada de la revista. El fons és de la mateixa gamma cromàtica i disposa de les mesures següents.

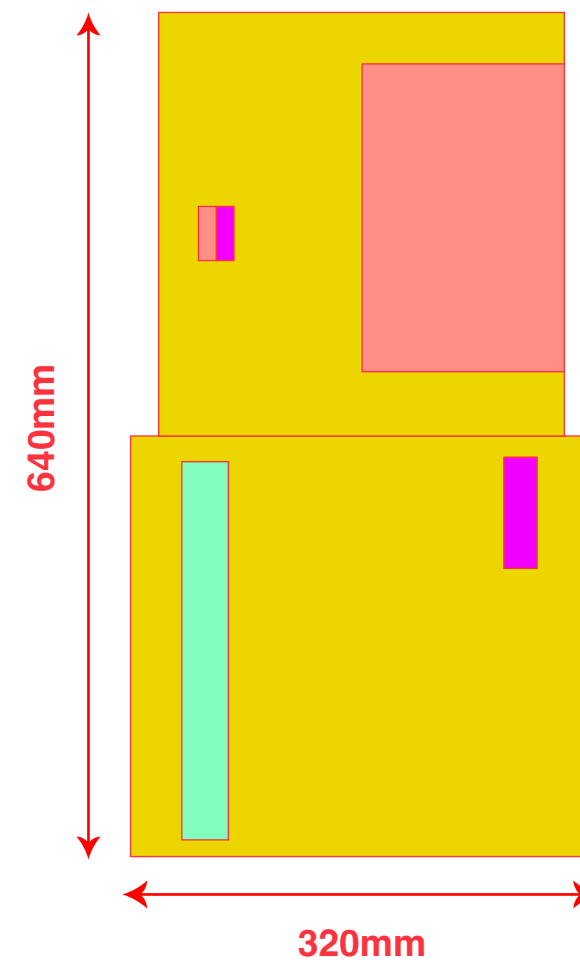
Impressió: Paper estucat mate (250g).





Disc de vinil

La segona aplicació que he dissenyat és una caixa d'un disc de vinil. La cara és igual a la portada de la revista, amb la mateixa **imatge** de fons, el **titular** a la part inferior i el **logotip** a la superior esquerra. En la cara del darrere tenim la **llista de cançons** que conté el vinil i en la part inferior repetim el logotip i el **codi de barres** del producte. El cercle del disc és de la mateixa gamma cromàtica amb el titular circular.



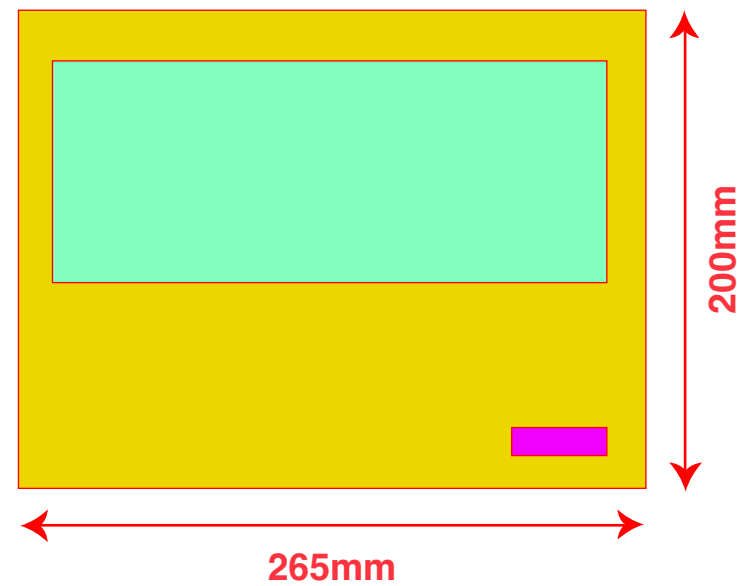
Impressió caixa: Paper estucat mate (200g).

Impressió cercle: Paper adhesiu (150g).

Pòster

El pòster que vindria de regal amb la revista es caracteritza per ser una frase d'una cançó de Harry James. De fons trobem una fotografia de l'artista amb una tonalitat al 50% de la gamma cromàtica que he utilitzat al llarg del projecte. A la part superior, la frase ocupa d'esquerra a dreta el pòster amb el nom a baix i en la part inferior dreta considerem de nou el logotip de la marca.

Impressió: Paper estucat mate (200g).



56

CONCLUSIONS
FINALS

La música és una via d'escap per a tothom. He escollit la musicoteràpia com a temàtica de la meva revista perquè tots escoltem música, tots sentim coses quan escoltem la nostra cançó preferida o quan posen música i ballem fins que els nostres peus no poden més.

Però, segur que a tots ens ha passat que quan escoltem alguna cançó, també tenim ganes de plorar, ens sentim identificats amb la lletra o el ritme ens fa un forat a dins que vol que expulsem allò que estem sentint al moment, i això és la tristesa. El blau és un color que representa perfectament aquest sentiment que tots hem patit alguna vegada i en la meva revista he volgut reflectir-lo en tot moment, que estigués infiltrat en les imatges, en el text, en el fons i en cada una de les pàgines.

La musicoteràpia és un tema que avui dia no està tant en consciència en les ments de les persones, però, tot i ser un tema terapèutic i tractat per persones professionals en el seu càrrec, cada vegada que sentim una cançó i plorem, ja estem fent teràpia, estem recolzant els nostres sentiments més profunds en un ritme que sona al

nostre cap. He volgut relacionar aquest tema més en termes musicals que en termes psicològics, que sigui una maquetació senzilla, fàcil de llegir i entenedora.

Vaig escollir fer una revista per posar a prova poder maquetar una revista per mi mateixa, per poder tenir l'oportunitat d'agafar una qüestió que m'agrada i escollir unes imatges que segueixin el patró de la revista, poder innovar i crear-la en la vida real. Ha estat un repte lent i de moltes hores de treball, algunes vegades més encaminada i altres una mica perduda en com continuar, però estic molt contenta amb el resultat final, tant de la revista com de les aplicacions que he pogut dissenyar per aquesta, i veure-ho imprès ha estat una emoció positiva i estic orgullosa de com ha sortit.

He après coses noves sobre el món editorial, coses que en un futur em poden ajudar a professionalitzar-me com a dissenyadora gràfica i, qui sap, potser algun dia escric la meva pròpia revista i tenir l'oportunitat de poder maquetar-la des de zero.

BILLBOARD





LA MUSICOTERÀPIA



