

Revista
atípica

www.revistaatipica.com



REVISTA VIRTUAL INTERACTIVA ATÍPICA.

Creación, edición y desarrollo:

Pablo Santiago Daza Acevedo.
Jake Emerson Baquero Yaya.

Tutor:

Oliver Castebianco

Programa:

Tecnología en Comunicación gráfica.

Facultad:

Ciencias de la Comunicación.
Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Contenido

Titulo.....	6
Antecedentes.....	7
Descripción y formulación de problema.....	9
Justificación.....	10
Objetivo de investigación.....	11
Marco teórico.....	12
Metodología.....	20
Descripción de resultados.....	29
Bibliografía.....	48

TÍTULO:

Revista Virtual Interactiva Atípica.

Esta revista tiene como propósito, plantearle a los jóvenes de Bogotá, planes de uso del tiempo libre, frente a cualquier temática, utilizando como valor agregado, sobre las otras revistas, una sección dedicada a registrar historias, curiosidades y sucesos fuera de lo común, cosas insólitas no solo de Bogotá, también en el mundo.

ANTECEDENTES:

Una revista puede ser impresa, o digital, y puede tratar cualquier tipo de temática informativa, científica, de entretenimiento, etc.

Pero sea cual sea, la temática cada revista tiene una estructura fija; estas estructuras muchas veces no son fáciles de encontrar, o de manejar, por esta razón este tipo de formato es muy reducido.

Uno de los primeros países latinoamericanos donde aparecieron por primera vez las revistas virtuales es México¹.

“Hace casi veinte años (es decir, varios antes de la popularización del uso de Internet) aparecieron las primeras revistas virtuales mexicanas. La más interesante fue, una dedicada a la ciencia ficción en español: La Langosta se ha Posado, que comenzó a publicarse en 1992 y fue fundada por Gerardo Porcayo, introductor del cyberpunk en México y uno de los varios autores que se dieron a conocer durante el breve florecimiento de la ciencia ficción nacional en los ochenta y noventa. El nombre de la revista proviene, de la novela El hombre en el castillo de Philip K. Dick, donde es el título de otra novela, en la que el mundo que conocemos se describe como una ficción.

La revista se creaba en Iris, uno de los primeros programas de creación de hipertexto y texto electrónico; como no existía otra forma posible de distribución, cada número de la revista -en la forma de un programa que se podía ejecutar en una PC- se copiaba en diskettes (esos antepasados de las pastillas USB en los que cabía poco más de un megabyte de información) y éstos se repartían a amigos y conocidos para que pasaran de mano en mano. Que el medio mas avanzado y audaz del momento tuviera que abrirse paso como las hojas volantes del siglo XVII no dejaba de ser irónico. Nueve números de la revista se publicaron en este formato, que de hecho era todavía mas atrevido, y más desconcertante, en un país como éste (según se cuenta, cuando sus editores intentaron buscar apoyos para la edición de La Langosta en uno de tantos programas gubernamentales de financiamiento, nadie en la dependencia correspondiente fue capaz de entender que una revista no se publicara en papel). Más tarde, cuando comenzaron a utilizarse los navegadores de Internet

y aparecieron los primeros servicios gratuitos de alojamiento en Internet, La Langosta tuvo una segunda época en la red, pero su proveedor (Xoom.com, una de numerosas compañías que surgieron durante la fiebre de las empresas.com a fines de las noventa) dejó de operar y esa etapa de la revista se perdió. Actualmente, la revista ha vuelto una vez más: ahora es una serie de blogs enlazados con un nuevo nombre: La Langosta se ha Posteado, y contiene no solo textos nuevos entre cuentos, ensayos, comentarios y reseñas, sino también un archivo en constante crecimiento con lo mejor de todas sus encarnaciones anteriores. Quienes la hayan leído antes reconocerán la continuidad y la dignidad de su propuesta editorial, que no se coloca en un gueto para volverse mediocre y autocomplaciente; quienes no la conozcan tal vez se sorprendan por sus textos y más aun por su diseño, que ahora juega de muchas maneras a la nostalgia; en todo caso, la continuidad de la revista y de su apuesta me parecen tan importantes como su intención de mantener la memoria de su trabajo. La mayor parte de las publicaciones contraculturales mexicanas (que por lo general duran poco números, mal distribuidos, creados siempre en circunstancias apremiantes e inciertas) se olvida a los pocos meses de su desaparición. La Langosta propone en sus archivos la recuperación de un movimiento y una serie de ideas cuya vida, y evolución, se demuestra en las nuevas entregas de la revista”.

Ahora, hablando de un contexto más cercano, en Bogotá, se puede hablar de revistas digitales como Plan B, Go la guía del ocio, o Vive In, que tienen un formato similar en el cual se muestran las actividades que suceden a diario en las principales ciudades, como fiestas, conciertos, restaurantes, cine, y contenido adulto.

DESCRIPCION Y FORMULACION DEL PROBLEMA:

La problemática que se observó es que la mayoría de las revistas digitales creadas para informar, sobre actividades para los jóvenes, se están volviendo monótonas, puesto que siempre tienen el mismo hilo conductor en todas las actividades propuestas; y aunque los jóvenes participan activamente en estas actividades, las revistas, aburren un poco, por su mismo contenido, este fue el resultado visto en las encuestas, realizadas a los jóvenes de la universidad minuto de Dios.

¿Cómo crear una revista virtual, que sea útil para los jóvenes y que comunique de forma innovadora y dinámica, las variadas posibilidades de emplear su tiempo libre, en la ciudad de Bogotá, agregándole un contenido especial?

JUSTIFICACIÓN:

En los últimos tiempos, la tecnología ha avanzado tanto que se ha tomado gran parte de los medios de comunicación, y da la opción de observar una infinidad de diferentes contenidos.

Ahora, en Bogotá, existe una gran oferta de revistas virtuales de diversos temas como de arquitectura, de diseño, de medicina, de opinión, entre otras. Los jóvenes, buscan continuamente diferentes opciones, para hacer alguna actividad en su tiempo libre. Debido a esto, aparecen revistas o sitios web donde dan respuesta a ello, como Go la guía del ocio, Vive In o Plan B. Lugares donde se puede ver un gran listado de opciones para hacer en los tiempos libres.

Basándose en las encuestas realizadas se vio que las cosas, lugares, historias, momentos enigmáticos, extraños o insólitos, causan mucha curiosidad en las personas, puesto que estas cosas producen varias emociones o sensaciones entre las personas que lo viven o lo observan. Apuntando a estas cosas, se plantea crear una revista virtual que proporciona información acerca de las actividades que se pueden realizar en Bogotá, agregándole un contenido especial, como historias, o noticias no convencionales que ocurren cotidianamente en nuestro país y nuestro mundo.

OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN:

Crear una revista virtual, que sea útil para los jóvenes y que comunique de forma diferente, las variadas posibilidades de su utilización, y el uso responsable de su tiempo libre en la ciudad de Bogotá, junto con un contenido alternativo que impulse sus hábitos de lectura.

1. Promover la cultura y el entretenimiento responsable en los jóvenes, entre los 18 y los 25 años de edad.
2. Diseñar una revista virtual que propicie una fácil navegación y un rápido acceso a sus contenidos por parte de los usuarios.
3. A partir de un contenido curioso, no convencional o insólito de varias partes del mundo, proponer a los lectores de la revista una visión alternativa de los hechos mundiales, que capture su interés en la lectura y en la búsqueda de conocimientos en la web.

MARCO TEÓRICO:

Las revistas virtuales se han convertido en medios muy importantes, para difundir la información, además de ser más económicas que las revistas impresas y de más fácil acceso. Se han utilizado especialmente por las universidades y entidades públicas como medio masivo para mantener informados a sus usuarios.

Las revistas virtuales deben ser agradables ante el consumidor final, no deben estar saturadas de elementos visuales, o de texto con fuentes muy pequeñas, ni colores muy brillantes porque esto afecta la lectura del usuario y hace que la revista no tenga éxito en su labor informativa.

La comunicación gráfica:

La comunicación visual como tal es la transición de un mensaje por medio de elementos gráficos. Según este concepto la diagramación de una revista virtual, debe obedecer a unos parámetros para que la comunicación sea lo mas clara posible, y que el lector no se pierda en su búsqueda de contenidos; en resumen, el diseño de una revista virtual debe maximizar su usabilidad¹.

1. <http://es.wikipedia.org/wiki/Usabilidad>

Revista virtual:

El periodista español Gumersindo Lafuente Aristegui, aseguro que el cierre de 'Newsweek', "esta relacionado con la crisis estructural de los medios impresos por la fuerte llegada del mundo digital". Es un hecho que la revista electrónica, que nació como complemento a la edición impresa de las publicaciones seriadas, está ganando la partida a los soportes tradicionales. En estos momentos puede afirmarse que todas las condiciones necesarias para la expansión de las revistas electrónicas se cumplen holgadamente: existen tecnologías específicas, demanda por parte de los usuarios y suficientes medios para la difusión de la producción.

A continuación presentamos las características de las revistas electrónicas según "Revistas Científicas Electrónicas"

(<http://aristeguinoicias.com/1910/mundo/cierre-de-newsweek-por-crisis-estructural-de-los-impresos-gumersindo-lafuente/>).

Reducción del plazo de espera para la edición:

En algunos casos, se presentan los trabajos antes de que estén totalmente terminados (preprints).

Universalidad y facilidad de acceso de la información Por medio de su difusión en Internet las publicaciones están presentes en cualquier lugar del mundo y a cualquier hora sin los enormes costes que esto supondría de otra forma. Además puede ser consultada por más de una persona a la vez

Reducción de los costes de edición.

Posibilidad de añadir nuevos elementos a los documentos: vídeo, audio, realidad virtual y diversidad de formatos (impresión, en pantalla).

Capacidad de establecer una comunicación bidireccional con el destinatario de la información que permite conocer sus impresiones en tiempo real, haciéndonos llegar sus consultas, peticiones, sugerencias, etc.

El sistema de citas es mucho más rico que en el formato impreso: se puede enlazar con diferentes recursos de información.

El sistema de recuperación del artículo a texto completo es inmediato y fácil, ya que lo habitual es que los artículos se encuentren almacenados en bases de datos y su acceso se realiza por los procedimientos habituales de los sistemas de recuperación documentales. Más posibilidades presentan las interfaces de agregadores y otros servicios comerciales, que permiten interrogar distintas publicaciones desde un único formulario. Permiten búsquedas retrospectivas.

Ventajas de almacenamiento:

Actualización inmediata: La rapidez con la que las revistas electrónicas se actualizan dinamiza la investigación, ya que los resultados de la misma se difunden en el momento.

Periodicidad: Otros de los conceptos en los que es necesario incidir es en lo referente a la periodicidad de las revistas. Es evidente, que para el caso de la edición impresa, al margen de otro tipo de consideraciones, como el número de artículos que la revista reciba y decida editar, etc. la metodología del papel implica el establecimiento de unos plazos fijos para cerrar los números. Esta filosofía es absolutamente diferente de la edición electrónica, ya que para la edición de un artículo solo es necesario el resultado de la evaluación del comité editorial o de los pares y su

implementación en la red. Por esta razón, no existe o debe existir ninguna limitación a implementar el artículo en la revista una vez que estas operaciones se han realizado, y por tanto el acceso al artículo debería ser mucho mayor que para el papel.

Independencia de los documentos: En la actualidad no es necesario estar suscrito a una publicación electrónica para poder consultar sus contenidos, ya que existen múltiples servicios que permiten la compra de artículos sueltos.

Valor añadido: servicios de alerta, difusión selectiva de la información, personalización de la información, punto de acceso, pre-impresos (Estos servicios ofrecen el acceso en línea a los artículos de algunos de sus títulos antes de que se publiquen)

Estadísticas de uso: Uno de los servicios añadidos que se ofertan en la actualidad y que más ventajas ofrecen a las bibliotecas son las estadísticas de uso, que en algunos casos pueden ser bastante avanzadas.

Tomado de: http://www.erevistas.csic.es/especial_revistas/revistas14.htm

Parámetros web:

Estructuración:

Existen diferentes tipos de estructuras que se pueden aplicar a las páginas Web:

La estructura jerárquica está compuesta por la página principal que suele ser la página de bienvenida donde se encuentran las diferentes secciones en las que se divide el sitio en sí. Este tipo de estructuración permite al lector conocer en qué lugar se encuentra, situando la información más superficial en los niveles superiores y la más específica cuanto más se adentra. La estructura lineal es la más sencilla, es similar a la lectura de un libro. Resulta bastante útil siempre que el objetivo del que ha creado la página sea el de llevar al lector de una forma guiada.

Tamaño:

En los monitores tradicionales, el área de exhibición se mide en píxeles (píxel, abreviatura inglesa de "picture element"). La medida horizontal estándar es de 640 píxeles, por lo que se debe procurar que la longitud de las páginas no la sobrepase. De esta manera, te aseguras de que se desplieguen correctamente en cualquier monitor.

Tipografías

Hay un tipo de letra que resulta mucho más fácil de leer en las páginas Web. Ésta es la “Sans Serif. La tipografía “Serif” puede leerse de una forma más rápida, ya que ese elemento decorativo en los pies de la letra le añade información visual que facilita la lectura, pero sólo en una página impresa ya que esos elementos decorativos quedan muy bien definidos. Pero en la pantalla del ordenador la lectura con “Serif produciría efectos que harían de la lectura una tarea dificultosa. Por lo que se recomienda utilizar “Sans Serif.

Color:

En tu página Web tienes que tener cuidado con emplear una armonía de colores que no perturbe la lectura de las páginas, procurando no emplear colores estridentes o combinaciones extrañas. No se deben cambiar los colores estándar de los enlaces (azul para los enlaces, violeta para los enlaces visitados) ya que puede confundir a los lectores. De la misma manera, no debes utilizar estos dos colores a lo largo del texto, ya que la gente tiene tendencia a pinchar sobre ellos.

Lo mejor es utilizar fondos de colores claros y texto de color oscuro, ya que son tonos que se suelen leer con más comodidad, sobre todo para páginas en las que predomina el texto. En el caso de emplear un color de fondo muy oscuro, tendrás que utilizar una tipografía en blanco u otro color muy claro, con lo que se impide la Impresión correcta de la página (pocas personas tienen configurado su navegador para que imprima los fondos).

Si deseas emplear una imagen como fondo, debes seguir los mismos consejos que acabamos de dar y utilizar texturas simples y tenues, procurando no emplear texturas muy rugosas que se vean mal en pantallas de baja resolución.

<http://www.corgoi.com/rfxiuisitospnriilaweb/index.html>

La psicología de los colores:

Introducción

De lo que no hay duda es que los colores lo son todo en nuestra percepción visual, transmitiéndonos o invocándonos sensaciones, emociones, atracción o rechazo.

La definición técnica de color según la RAE sería: “Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longi-

tud de onda.”

Pero ya desde Aristóteles, incluso civilizaciones anteriores, asociaban los colores a determinadas cosas. Sin embargo, el precursor de la psicología del color, fue el poeta y científico alemán Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832) que en su tratado “Teoría del color” se opuso a la visión meramente física de Newton, proponiendo que el color en realidad depende también de nuestra percepción, en la que se halla involucrado el cerebro y los mecanismos del sentido de la vista.

Kandinsky también profundizó mucho sobre la teoría del color y en general en la pintura, el arte, el diseño, el cine, etc. se ha indagado mucho sobre la psicología del color.

Pero lo cierto es que es un tema un tanto subjetivo difícil de demostrar científicamente, pero que sin duda, hay ciertas características que en el mundo del diseño y la publicidad se tienen en cuenta a la hora de elegir los colores.

Es desde esta perspectiva del diseño y la publicidad desde la cual se enfocará este artículo, que como mencionaba al principio, está plenamente abierto a opiniones, aportes o críticas.

Copyright:

En el momento de implementar el contenido a la página, hay que tener en cuenta la procedencia del mismo para que no atente los derechos de autor. En el caso de no producir un contenido propio, hay que especificar la url de donde se toma esta información, o material audiovisual.

El Copyright protege diferentes elementos, como logos, imágenes, textos, y demás material creativo creado por alguna persona o entidad.

Color Naranja

El naranja se compone en parte de rojo y en parte de amarillo. Elimina la parte “carnal” del rojo sustituyéndolo por mayor actividad, mayor puesta en acción. Es decir, si el rojo se va tal vez más hacia nuestra parte más inconsciente u “oscura”, el naranja, al contener más amarillo, es más luminoso, más activo, más práctico.

Es un buen color para asociarlo a empresas que se dedican a construir, a talleres, a la creatividad de un modo práctico, activo, a deportes, etc.

Combinado con el negro puede quedar un contraste muy potente. El azul es su

opuesto, que juntos, generan una vibración que produce la sensación de que los colores se mueven. combinación muy vibrante, que parecen moverse los colores, ya que el ojo humano no es capaz de enfocar dos colores opuestos al mismo tiempo, de ahí que su enfoque salte de uno a otro dando la sensación de movimiento, de vibración.

Otra característica del naranja es que se trata del color que más rápido destaca entre otros colores. Si en un mural hay cientos de colores mezclados, normalmente el ojo se va primero hacia el naranja. Dicen que es un color que activa la sexualidad, que anima a practicar deporte, en general es eso, un color activo, práctico.

Negro y gris oscuro

El negro es un color muy controvertido. Puede ir desde las asociaciones más tenebrosas a las combinaciones más elegantes.

Es un color que siempre contrasta bien con otros colores. Un negro puro es tal vez demasiado "oscuro", y suelen quedar más elegantes los negros con ciertos matices, con un poquito de luminosidad o tonalidad hacia algún color, por ejemplo hacia el rojo o el azul, o ser simplemente un 90% de negro.

Son matices que a simple vista casi ni se notan, a menos que se ponga al lado de un negro puro, pero que sin duda le dan un aire distinto a los negros.

Normalmente es un color de acompañamiento, o para utilizar de color de fondo. Es usado desde las marcas más rockeras, satánicas o alternativas a las marcas más distinguidas, elegantes y prestigiosas.

Grises medios

El gris es el color más neutro. Por eso sirve muy bien como acompañamiento, como fondo, como contraste suave.

En si mismo no suele ser un color corporativo, a menos que se trate de marcas creativas, ya que por ejemplo el gris se asocia con el color de un lapicero, de los bocetos, de los dibujos. Además, de cara a una agencia de publicidad, el gris puede ser un buen color como base neutra y que así destaquen los colores de sus clientes.

El gris también se puede asociar con la tecnología, ya que con ciertos sutiles degra-

dados a blanco, puede transmitir metalizado, cromado, etc.

Blancos y grises claros

El blanco es un color asociado a la pureza, a la luz, la limpieza, la quietud en el sentido de eternidad. También es un color asociado a la espiritualidad, a Dios, los ángeles, etc.

Es el color de las nubes, de la luz pura, de los brillos que dan forma a las cosas.

Suele ser muy utilizado en productos destinados a las mujeres, ya que son las que más suelen buscar la pureza, la limpieza, la luminosidad. Por ejemplo para productos de belleza, cremas, etc. O productos alimenticios dietéticos para adelgazar o llevar una vida sana.

Así mismo, es el principal color base sobre el que combinar todos los demás colores.

Por sí mismo difícilmente se le suele tomar como un color, ya que más bien se suele considerar como la ausencia de color, pero realmente, el blanco sería la suma de todos los colores si hablamos de colores aditivos. De la descomposición de la luz blanca surgen todos los colores que conocemos.

Es posible que por ese motivo se asocie el color blanco con la creatividad, ya que de un chorro de luz blanca surgen todos los colores, todas las "creaciones".

Digamos que si el negro se asocia al lado oscuro, a la noche, a lo oculto, a lo confuso y misterioso, el blanco es su opuesto, con claridad, pureza, Dios, eternidad, espíritu.

<http://tentulogo.es/blog/la-psicologia-de-los-colores/>

Copyright y Depósito de sitio Internet:

Un sitio INTERNET (escaparate, página personal, Blog, comercio online, portal, tratamiento) se compone de varios elementos protegibles:

- el nombre de su sitio cuyo registro le convierte en propietario*
- el logotipo*
- la identidad corporativa*
- el concepto estructurado y organizado tal como se puede leer el desarrollo en*

las páginas: se parece al “ guión” de su sitio.

- *el contenido” textual” o visual de cada página, que vincula al derecho de autor*
- *las bases de datos (estructuración de su sistema de información que es el centro de su proceso de tratamiento) que han recopilado información valiosa proviniendo de usted o de sus inscritos.*

Con el fin de proteger su sitio y depositar por Copyright, los informáticos o web-masters proceden del siguiente modo:

- *Con su programa de transferencia de archivos (FTP), recuperan las fuentes de su sitio y las guardan en un fichero comprimido.*
- *Registro de las bases de datos (por ejemplo exportación Gzipé Estructuras y Datos de MySQL Admin)*
- *Screen Shots de las páginas principales del sitio (formato imagen/jpeg).*

Un simple upload de los ficheros, según el límite impuesto por el tratamiento Web (>5 Mb por fichero) permite registrar sus datos, fecharlos par administrarles fecha auténtica y demostrar su anterioridad de derecho de autor (su copyright en su sitio Web).

De manera sencilla, ha protegido su copyright, y su sitio Web está depositado. No se olvide de realizar un nuevo depósito por cada contenido añadido.

http://www.copyright.es/copyright_de_sitio_internet.html#ixzz2AizR8bL

METODOLOGÍA:

Este trabajo de investigación, empezó como un proyecto enfocado a la universidad Minuto de Dios, el cual tenía como objetivo responder a la expectativa de los estudiantes y del cuerpo directivo. Después de una investigación, llegamos a la conclusión, que las fuentes dentro del plantel educativo no se comprometían a brindarnos la información requerida para generar los artículos semanalmente, por esta razón hubo un cambio drástico en el enfoque conceptual de la revista, y lo dirigimos hacia un público general, que eran los jóvenes de Bogotá entre los 18 y los 25 años de edad, que tenía como temática presentar las noticias comunes que sucedían en la ciudad, pero con una interfaz con animaciones, fotografías e hipervínculos.

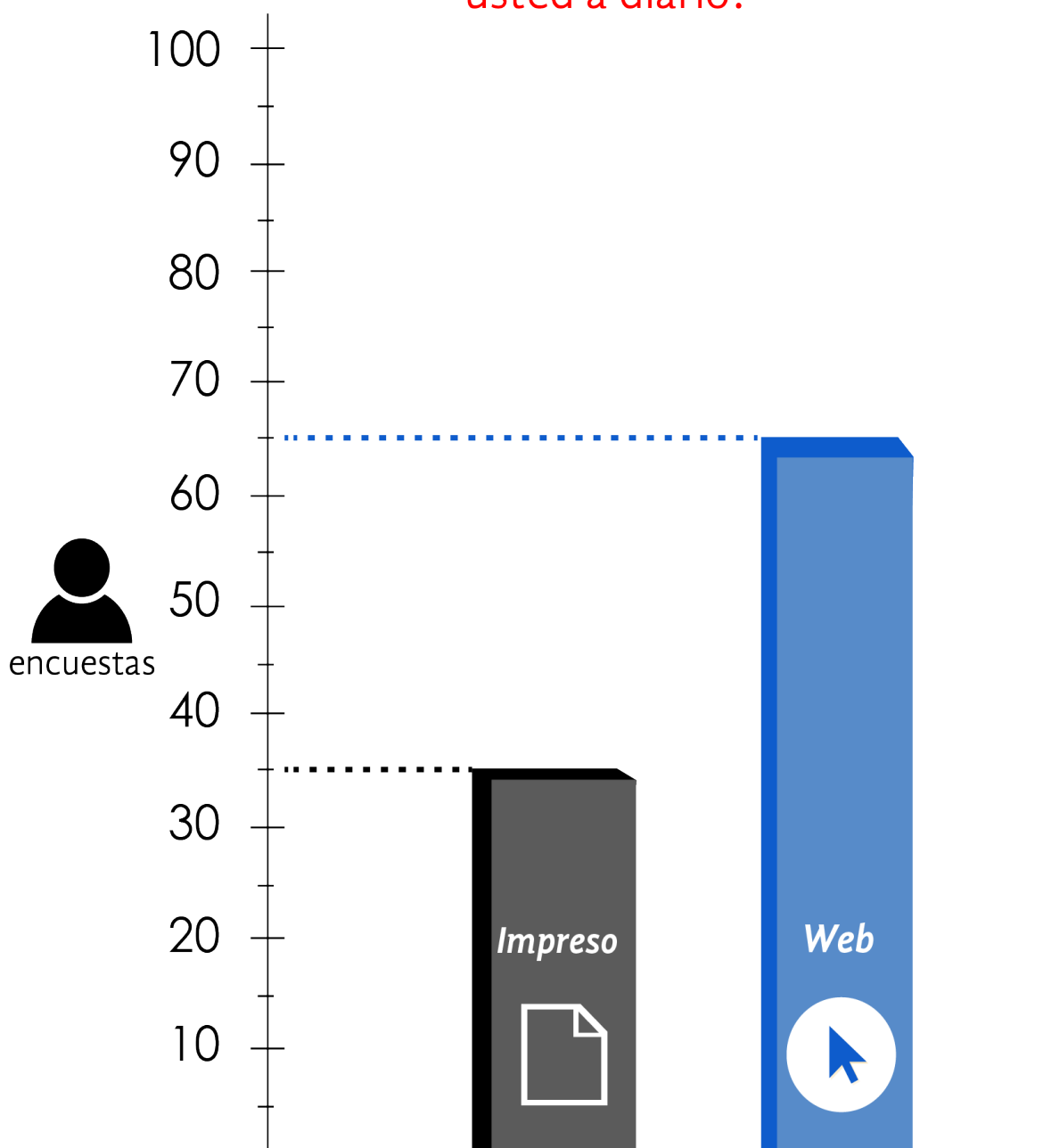
Posteriormente aterrizamos el contenido de la revista realizando una encuesta que determino, que a los jóvenes les llama más la atención el entretenimiento, y las noticias insólitas, de este resultado partimos para re enfocar la revista, y estructurarla en esta temática. *ver gráfica 3*

Una vez determinado el enfoque temático, empezamos a investigar las plataformas que nos permitirían soportar la revista, utilizamos para esto el lenguaje de programación html5 junto a JQuery para permitir también el acceso a los dispositivos móviles, utilizamos wordpress para el alojamiento del sitio.

Duramos dos semestres en este proceso, de investigación y de elaboración de la estructura web, con la meta de generar una excelente pieza gráfica que atraiga al usuario, y además que supla la necesidad de información, y que en un futuro este proyecto pueda llegar a ser viable y algo real.

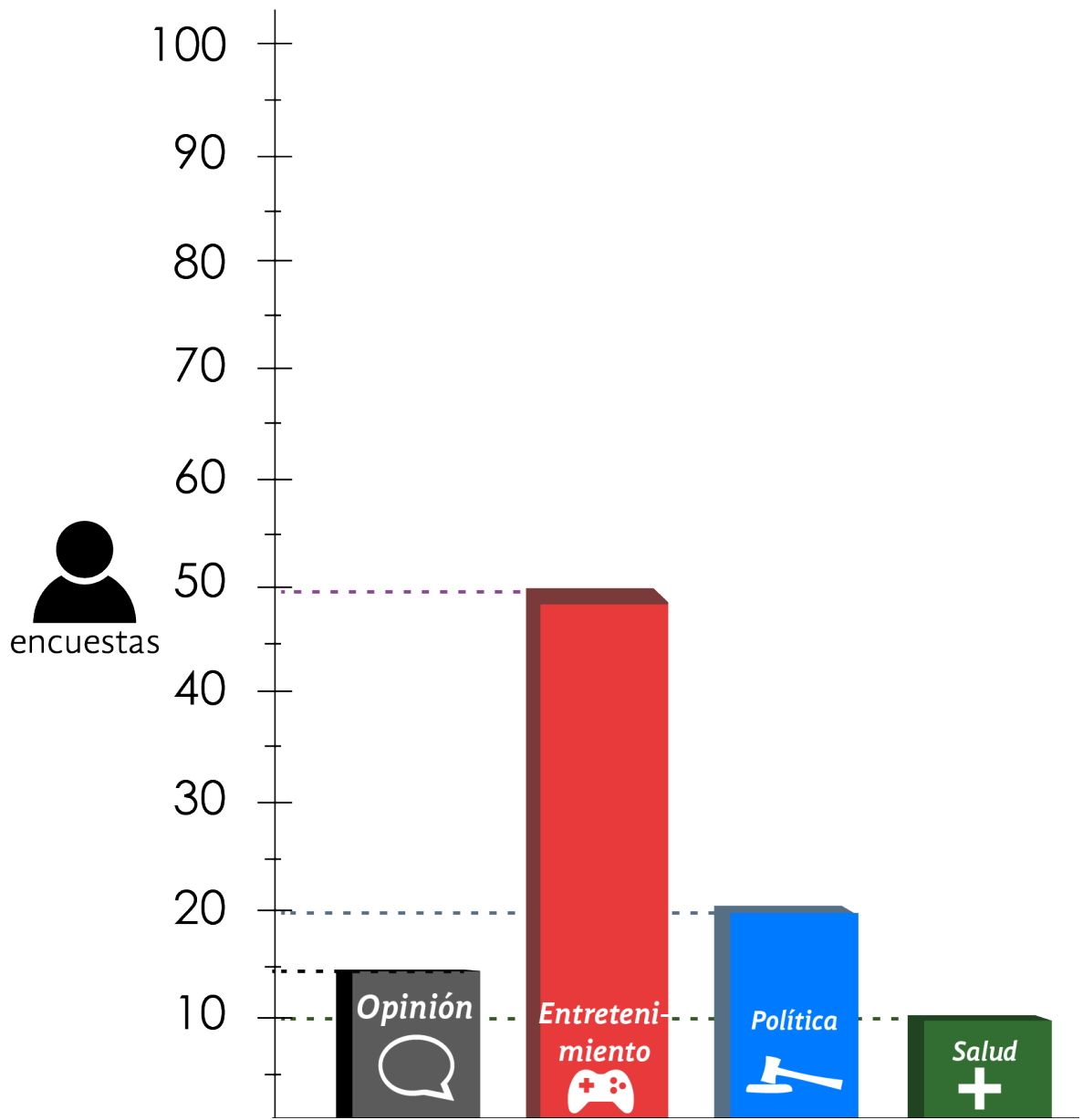
La revista se sustentará económicamente a partir de la publicidad, que se pautará en ella después de que se logre la meta de mil visitas, donde el propósito será vender ciertos espacios de la revista a empresas como, Incap, Sprite, Panamericana, y Cerveza Águila, quienes se ajustan al estilo y perfil de consumo de los usuarios. Otra forma es a partir de ese límite, crear suscripciones a contenidos especiales, con el fin de generar una comunidad de usuarios, que interactúen con contenido en nuestras secciones.

¿Qué medio informativo usa usted a diario?



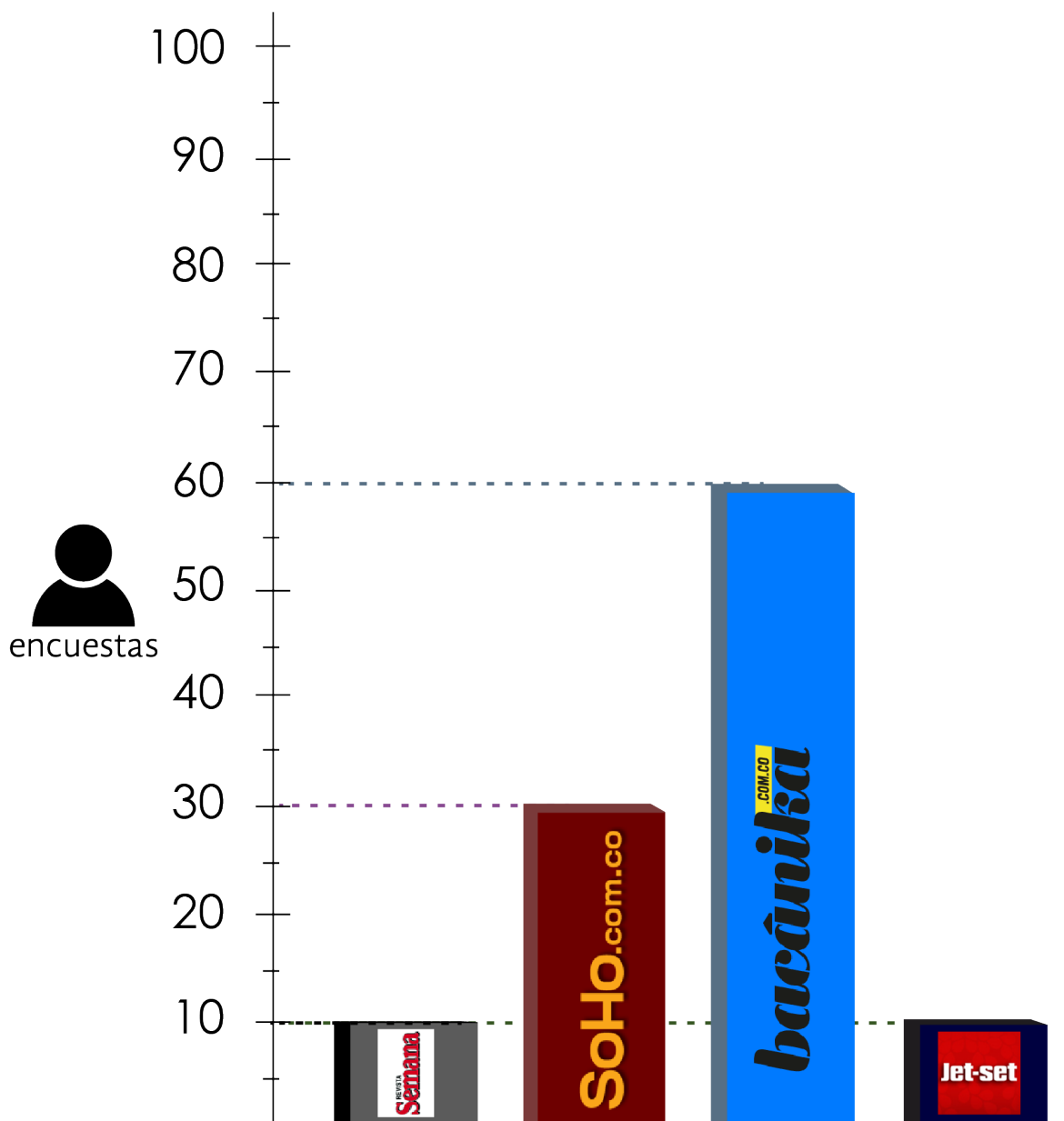
Esta gráfica responde a la inquietud de saber que medio se va a utilizar para publicar la revista.

¿Qué tipo de contenidos le gustaría ver en una revista?



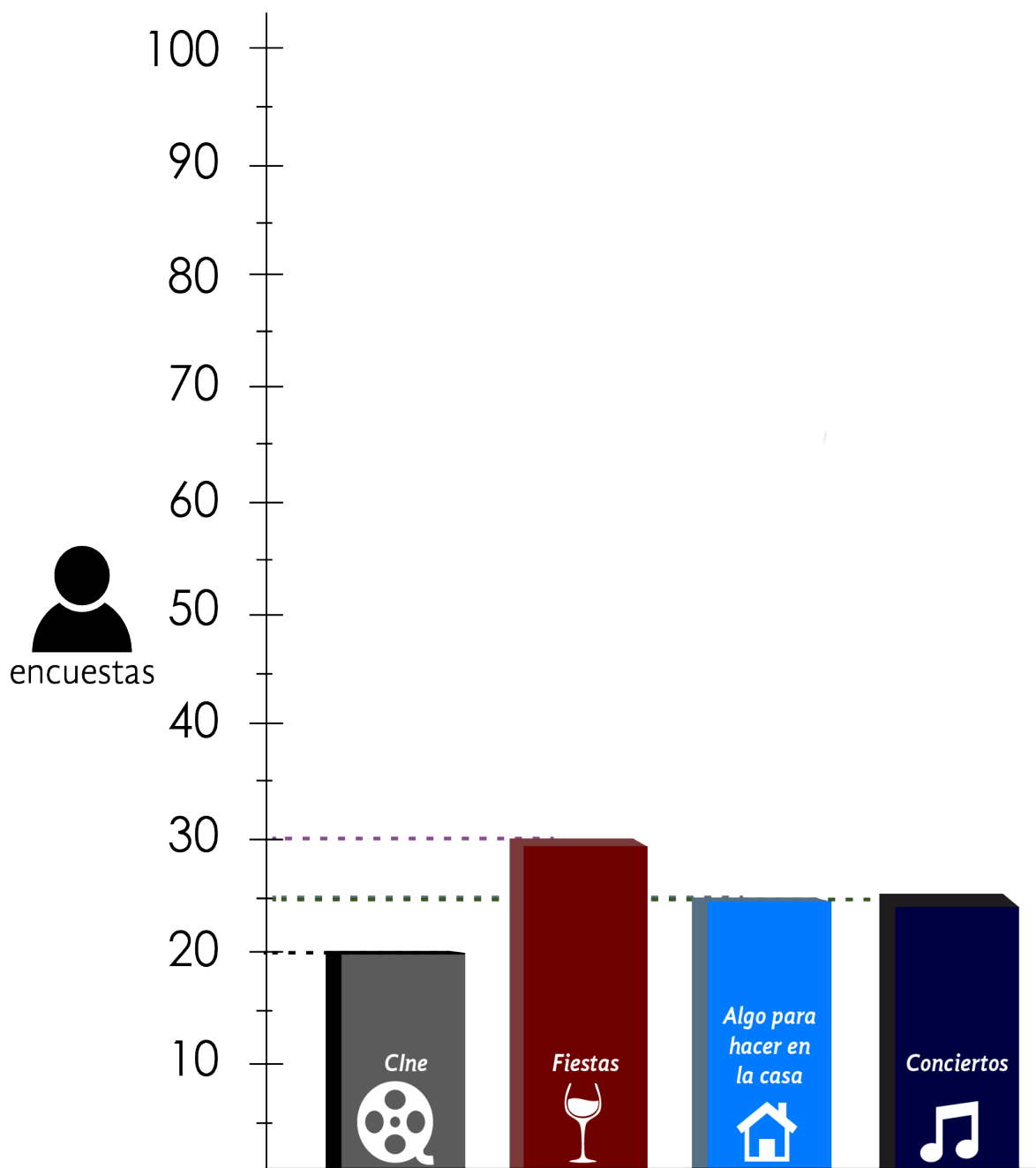
Con esta pregunta se resuelve la inquietud de saber que tema es más frecuentado por los jóvenes.

¿Qué revistas lee frecuentemente?



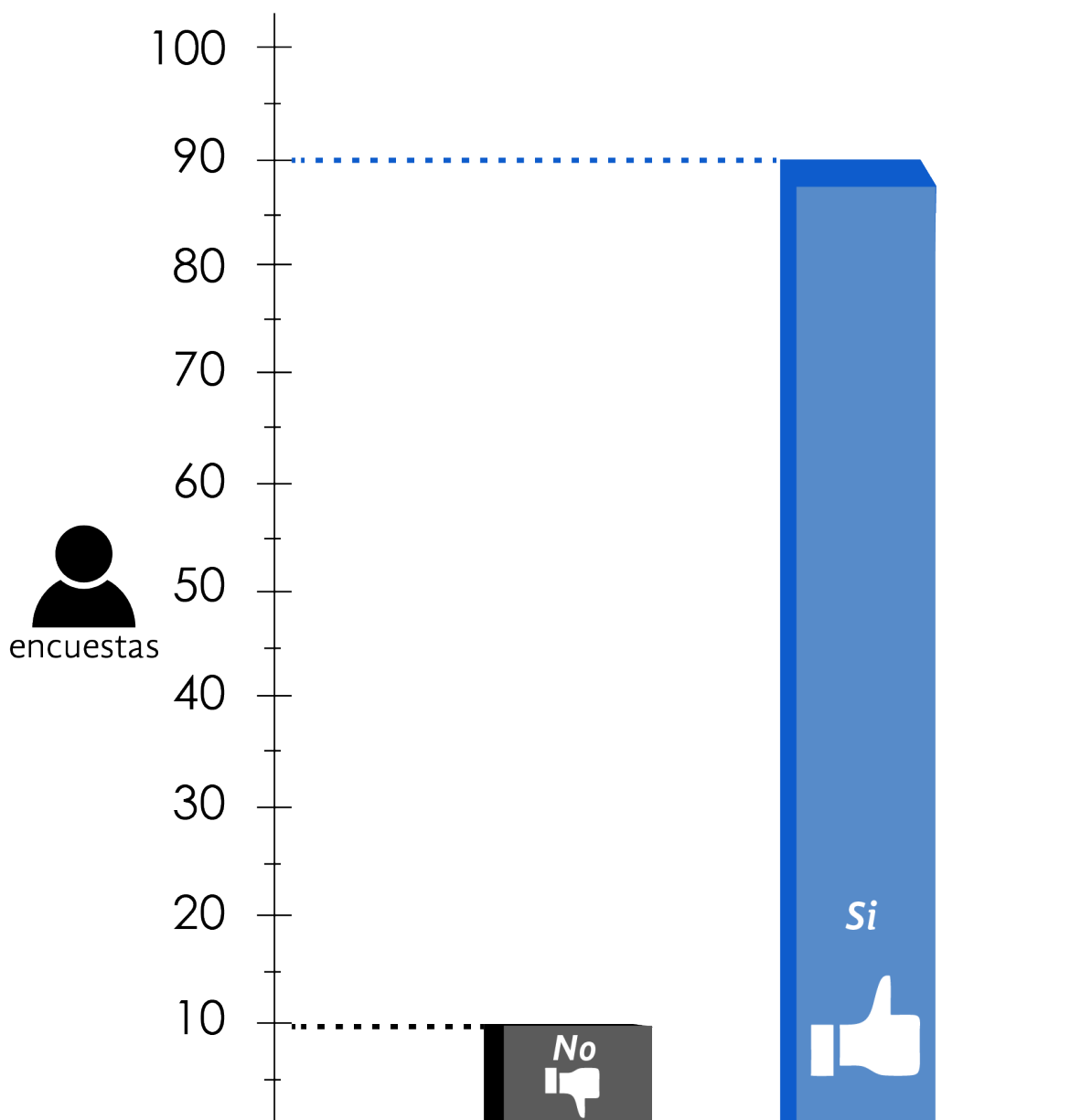
Esta pregunta sirve para definir el tono de comunicación (lenguaje) que se va a usar con los usuarios

¿ Que temas le gustaría leer en una revista de entretenimiento?



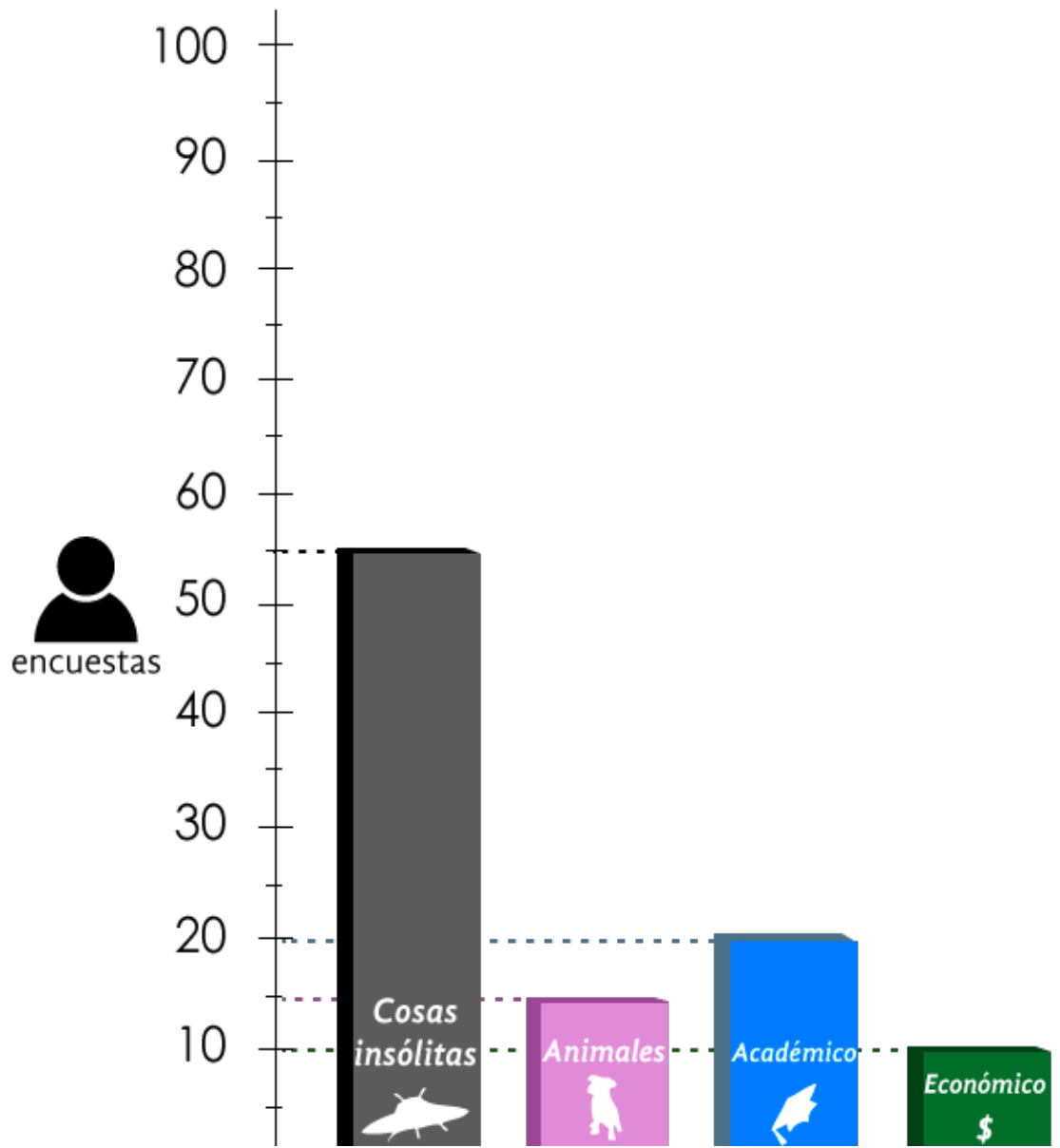
Esta pregunta sirve para definir los temas a desarrollar en las secciones de la revista

¿Le gustaría ver una sección de un tema diferente con relación a lo que ha leído en una revista comúnmente?



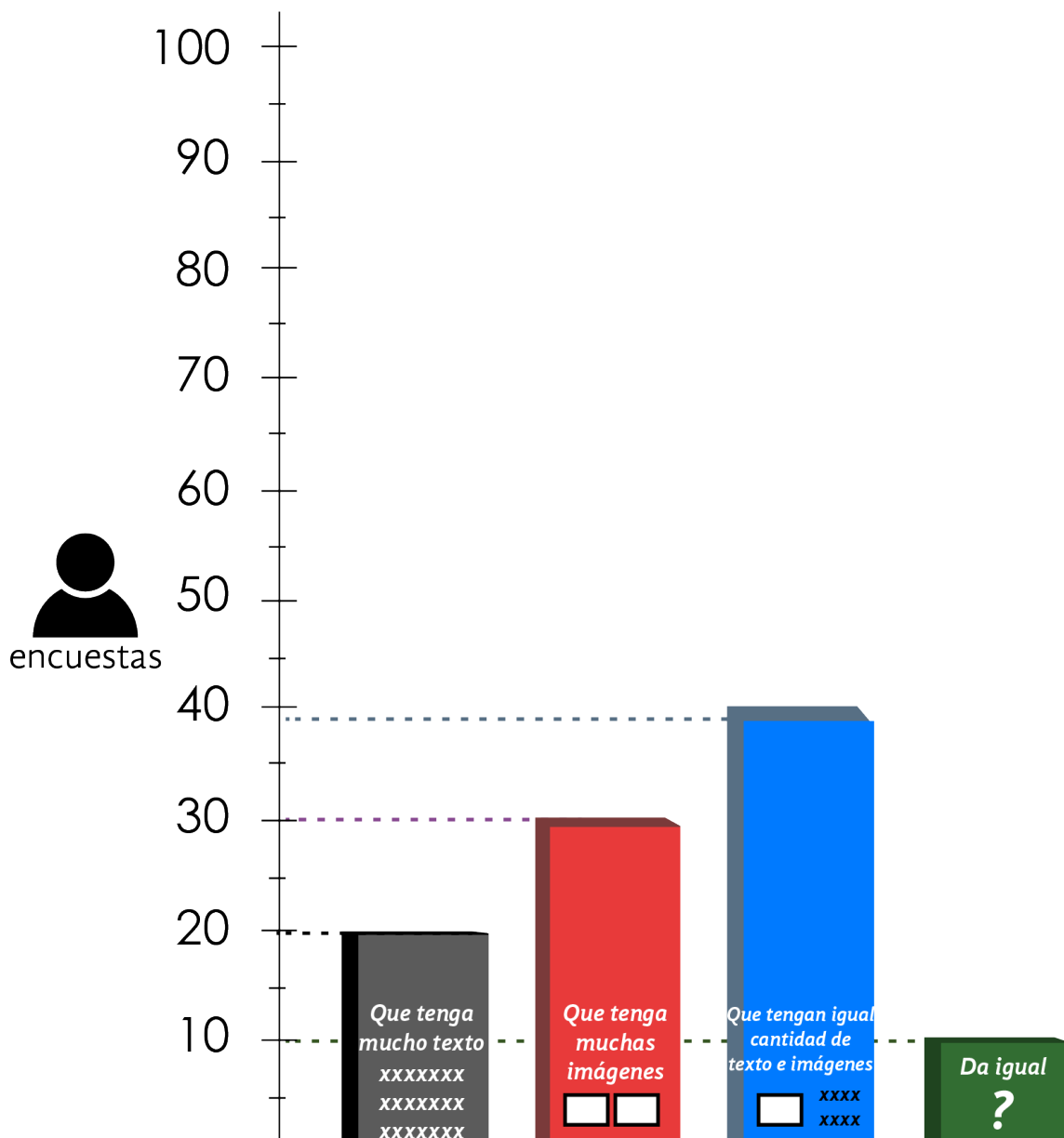
Esta pregunta sirve para ver si existía interés por un tema diferente

¿Sobre qué tema le gustaría leer?



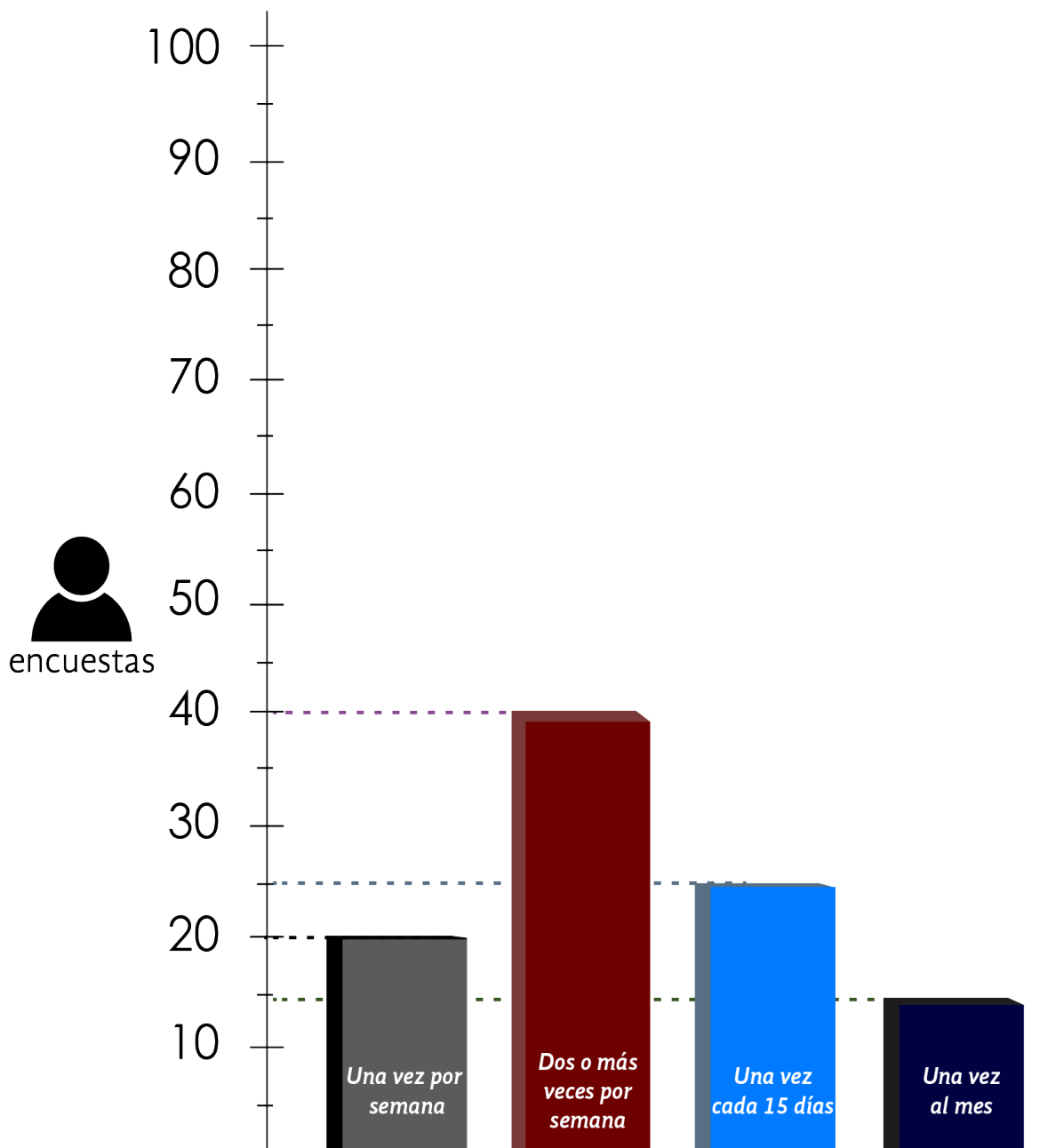
Esta pregunta sirve para definir el contenido diferencial de la revista

¿Qué elementos le llaman a usted la atención cuando observa una revista?



Esta pregunta sirve para definir el contenido diferencial de la revista

¿Con que frecuencia usted, observa las revistas digitales?



Esta pregunta sirve para definir cada cuanto se consulta las revistas digitales

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS:

Revista:

Atípica es un sitio con un diseño minimalista y limpio, donde predominan los colores como el naranja que es un color energético, que se identifica con los jóvenes, que contrastan con el negro, un color elegante, y un gris, que son colores neutros, que le dan mayor protagonismo al contenido. Las tipografías que se utilizan como la “Orienta” y la “Baumans” son modernas, con un toque de frescura, elegancia y de fácil legibilidad. Se utilizan fotografías e ilustraciones para acompañar los cuerpos de texto, y hacer la navegación más amena, además la revista utiliza un lenguaje reconocible, puesto que se manejan términos que son cercanos a ellos, por lo que el usuario que además imprime un sello personal característico.

Para el logo se utilizó la tipografía “Doctor Jekyll NF” porque tiene un estilo retro que se ajusta al concepto de la revista, los colores que se utilizaron el naranja y el blanco que está solo en la letra A, con el fin de destacar un solo elemento para hacer énfasis en algo diferente, como lo es lo insólito.

Variación sobre fondo negro



Variación sobre fondo blanco



Paleta cromática



R: 0
G: 0
B: 0
Hexadecimal:
#000



R: 202
G: 97
B: 31
Hexadecimal:
#CA611F



R: 255
G: 255
B: 255
Hexadecimal:
#FFF

Paleta tipográfica

Orienta:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyZABCDEFGG
HIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZO987654321

REVISTA ATÍPICA 24pt

REVISTA ATÍPICA 18pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec lectus tellus, accumsan cursus tincidunt et, volutpat in lectus. Aenean elementum lacinia nulla vel mattis. Donec auctor purus et turpis sodales non commodo felis aretra. Pellentesque quis quam nulla. Morbi vehicula convallis justo vitae lobortis. 14pt

Baumans:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyZABCDEFGG
HIJKLMNÑOPQRSTUUWXYZO987654321

REVISTA ATÍPICA 24pt

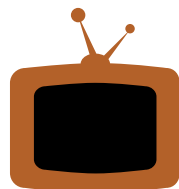
REVISTA ATÍPICA 18pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec lectus tellus, accumsan cursus tincidunt et, volutpat in lectus. Aenean elementum lacinia nulla vel mattis. Donec auctor purus et turpis sodales non commodo felis aretra. Pellentesque quis quam nulla. Morbi vehicula convallis justo vitae lobortis. 14pt

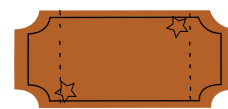
Iconografía



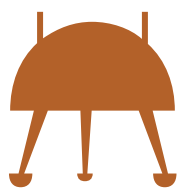
KALISTENIA



ARRUNCHE



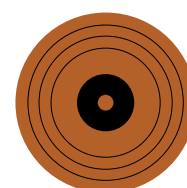
TARIMA



INSÓLITO



MATINÉ



PARRANDA



FLECHAS DE SLIDE



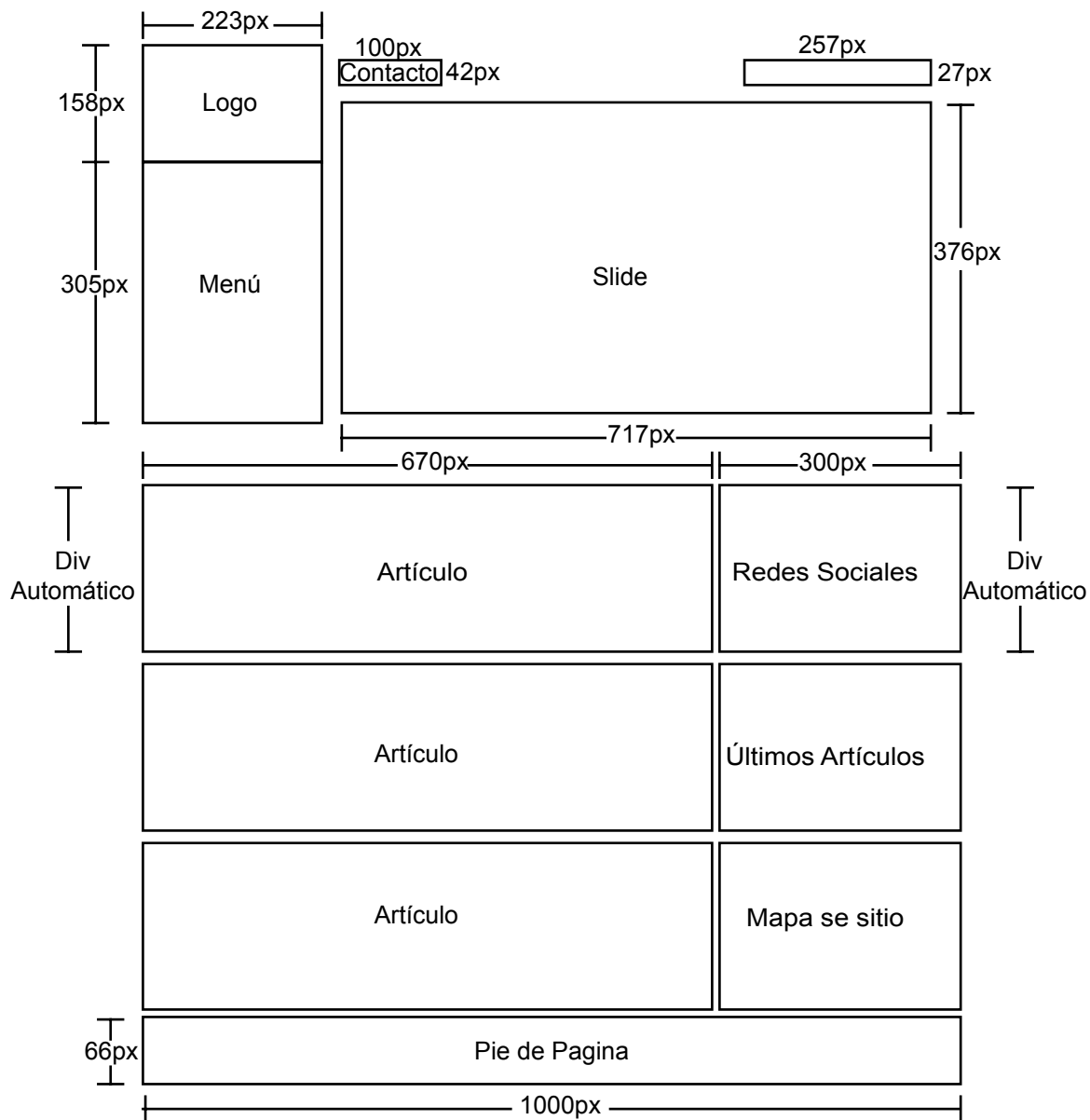
COMENTARIOS



SECCIONES

Estructura del sitio:

El sitio tiene una diagramación, que cuenta con un menú vertical que lo hace visible para el usuario los eventos principales se muestran en un slide, que le permite al usuario ingresar de una forma directa a las secciones que los contienen. En el inicio se muestran las noticias o eventos anteriores, para que los usuarios puedan acceder a esta información. Las entradas cuentan con banner, que indica al usuario en que sección se encuentra, también cuentan con galerías de imágenes y video para hacer más dinámica la información y garantizar la permanencia del usuario.



a típica

BUSCAR

Original

El misterio del 2011 **Las 1000 Series** **Contenido recomendado**

Crystal
Crystal es un bar ubicado en la zona de ramos, más exactamente del sur de Bogotá, La Primera de Mayo.

Antiguamente era el sitio de eventos de rock, que dejó sus salones fuertemente por James Brown y música latina para un bar como rock, reggae y salsa. Es el

[Ver más](#)

La Palma del Sur

El misterio del 2011 **Las 1000 Series** **Contenido recomendado**

Alinda en cualquier momento y en cualquier lugar. Por solo \$10.000 al mes.

La historia comienza en Cuba, cuando Teresa recibe una llamada. Un día que su hijo, el "tío" obvia, se muere por lo que decide salir a buscarlo a España larga, padre.

[Ver más](#)

Los Phenix

El misterio del 2011 **Las 1000 Series** **Contenido recomendado**

Basado en un juego de estrategia MMO gratis.

Es un juego gratis online multijugador masivo de roles (MMORPG) - no tiene que descargar nada. Puede empezar a jugar inmediatamente ya que el registro lleva sólo un momento.

Es este juego mas de multijugador medieval podrá

[Ver más](#)

Síguenos

Facebook, Twitter, RSS

¡Ojalá!

Comentarios

Las 1000 Series

Inicio

Reservar

Mapa del Sitio

Inicio Contacto

Inicio

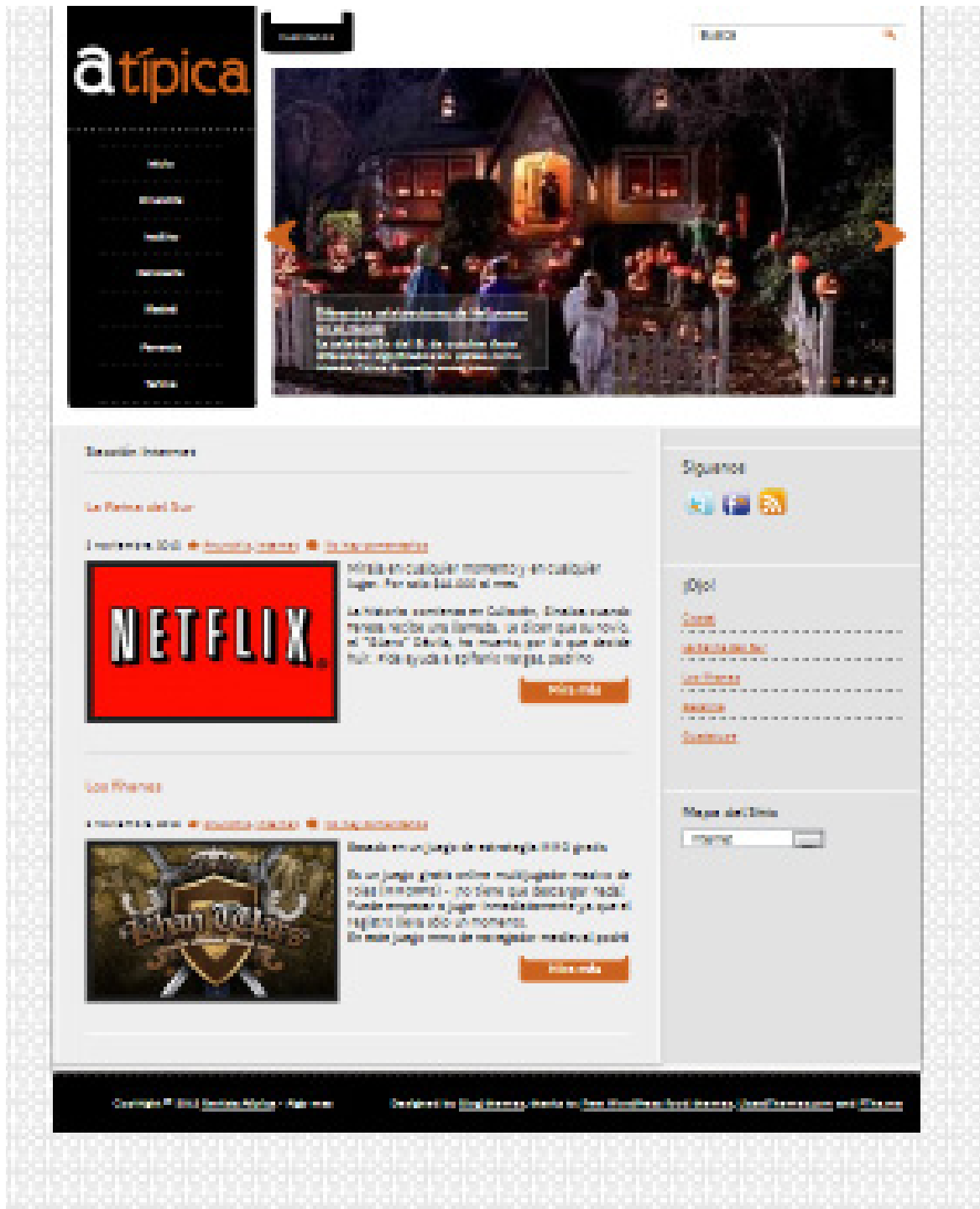
The screenshot shows the 'a típica' website interface. At the top left is the logo 'a típica' in white and orange. Below it is a dark navigation menu with links for 'Inicio', 'Inicio', 'Inicio', 'Inicio', 'Inicio', 'Inicio', 'Inicio', and 'Inicio'. A main article features a photograph of a house at night decorated for Halloween with pumpkins and people in costumes. A text box over the image reads: '¡Mientras te preparas para celebrar Halloween, te mostramos el 5. de octubre desde entonces se celebrará por primera vez...'. A 'Compartir' button is visible over the image.

Below the article, there are three promotional sections:

- Netflix:** 'Mira en cualquier momento y en cualquier lugar. Por solo \$44.000 al mes. La historia comienza en Gales, donde cuando tenía doce años, un niño llamado el "Galeo" Gwyn, se muere por lo que debería haber sido ayuda a su familia. ¡Mira más!
- Los Phantasmas:** 'Basado en un juego de estrategia MMO gratis. Es un juego gratis online multijugador hecho de cosas increíbles - ¡no tiene que descargar nada! Puede empezar a jugar inmediatamente ya que el registro lleva sólo un momento. En este juego más de estrategia medieval gratis. ¡Mira más!
- Assassin's Creed® III:** 'Con toda la atención puesta en Connor y Assassin's Creed III, Ubisoft ha decidido lanzar los juegos Assassin's Creed II, Assassin's Creed Brotherhood y Assassin's Creed Revelations con todo el DLC que ha editado para cada uno respectivamente en una edición. ¡Mira más!

On the right side of the page, there is a 'Síguenos' section with social media icons for Twitter, Facebook, and YouTube. Below that is a '¡Ojalá!' section with links for 'Compartir', '¡Mira más!', '¡Mira más!', '¡Mira más!', and '¡Mira más!'. At the bottom right is a 'Mapa del Sitio' section with a search box containing the word 'Inicio'.

<http://revistaatipica.com/seccion/arrunchis/>



http://revistaatipica.com/seccion/arrunchis/internet/

atípica

- Inicio
- Artículos
- Resúmenes
- Resenas
- Archivos
- Reservas
- Noticias

Los Khanes

1 noviembre 2011 [Compartir en Facebook](#) [Compartir en Twitter](#)

Basado en un juego de estrategia MMO gratis

Es un juego gratis online multijugador basado en roles (MMORPG) - no tiene que descargar nada. Puede empezar a jugar inmediatamente ya que el registro lleva solo un momento. En este juego como de navegador realista podrá elegir entre 12 naciones únicas podrá usar estrategias complejas en tiempo real y controlar su efímeras unidades de combate y de sedo.

12 unidades únicas, varias edificaciones, 40 habilidades y muchos eventos más del juego. Todo esto le garantiza una experiencia única y la posibilidad de competir contra miles de jugadores de todo parte del mundo.

Los Khanes 4.0 - Juego De Tronos (Cinematográfico)

El juego de los "Game of Thrones" ahora se encuentra en Los Khanes 4.0

[Ver más](#)

Deja una respuesta

No puedes ser [anónimo](#) para escribir un comentario.

Síguenos

[Facebook](#) [Twitter](#) [RSS](#)

(Ojo)

[Inicio](#)
[Artículos del día](#)
[Los Khanes](#)
[Resenas](#)
[Comentarios](#)

Mapa del Sitio

Copyright © 2011 revistaatípica.com - Todos los derechos reservados. | [Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.](#)

<http://revistaatipica.com/los-khanes/>

Aplicación para dispositivos móviles

Otra parte importante, es la aplicación para dispositivos móviles, que esta enfocado a los jóvenes que quieren encontrar información instantanea y puntual sobre los eventos que suceden en Bogotá, como bares, y eventos sociales, en momentos donde no se cuenta con un computador cerca. Este dispositivo cuenta con dos secciones de la revista, como lo son Parranda y Tarima.

La selección de estas dos secciones, es por la misma función de la aplicación, contiene la información importante y necesaria en el momento de buscar una actividad a realizar, cuando se encuentra en el exterior (calle).

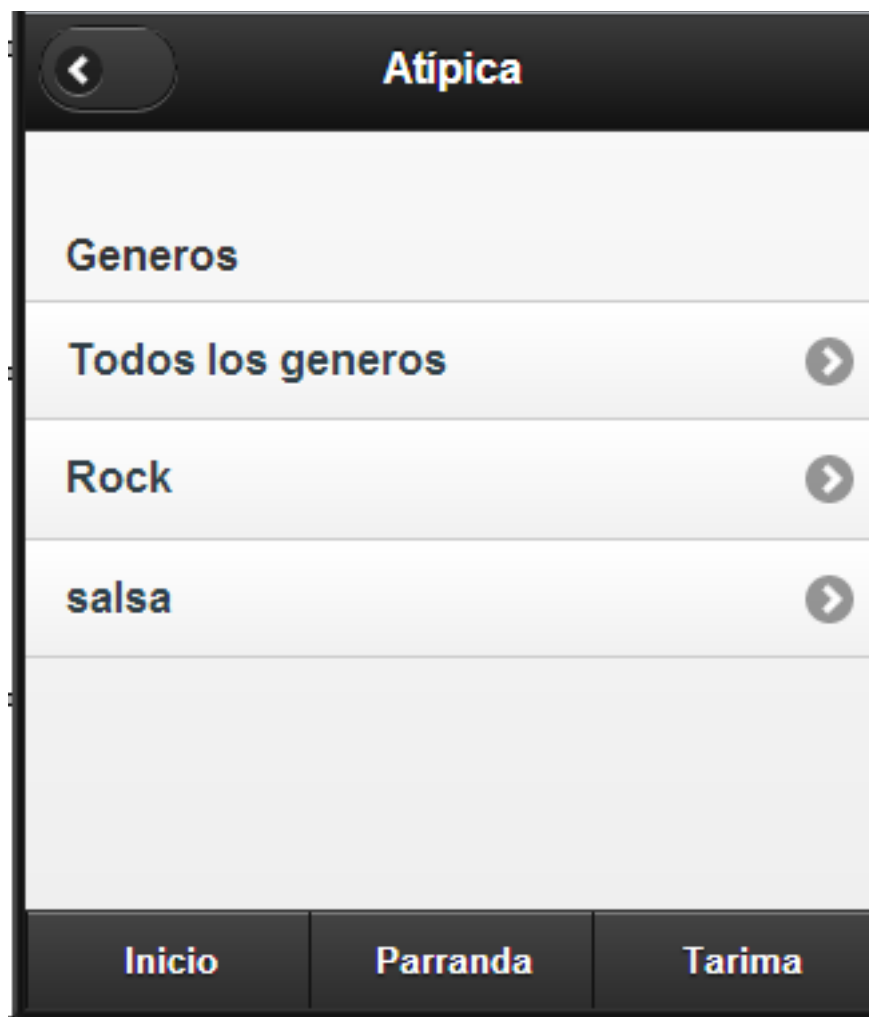
La información se encuentra organizada, por costos ubicación y tipo de actividad y ambiente del lugar, todo esto esta diseñada para que la interfaz sea útil para el usuario.

La aplicación, obtiene la información, de la base de datos de la revista misma, donde se publica contenido a diario, garantizando que se mantenga actualizada, esta diseñada para iPhone y celulares inteligentes, por lo que son los dispositivos más comunes entre los jóvenes.

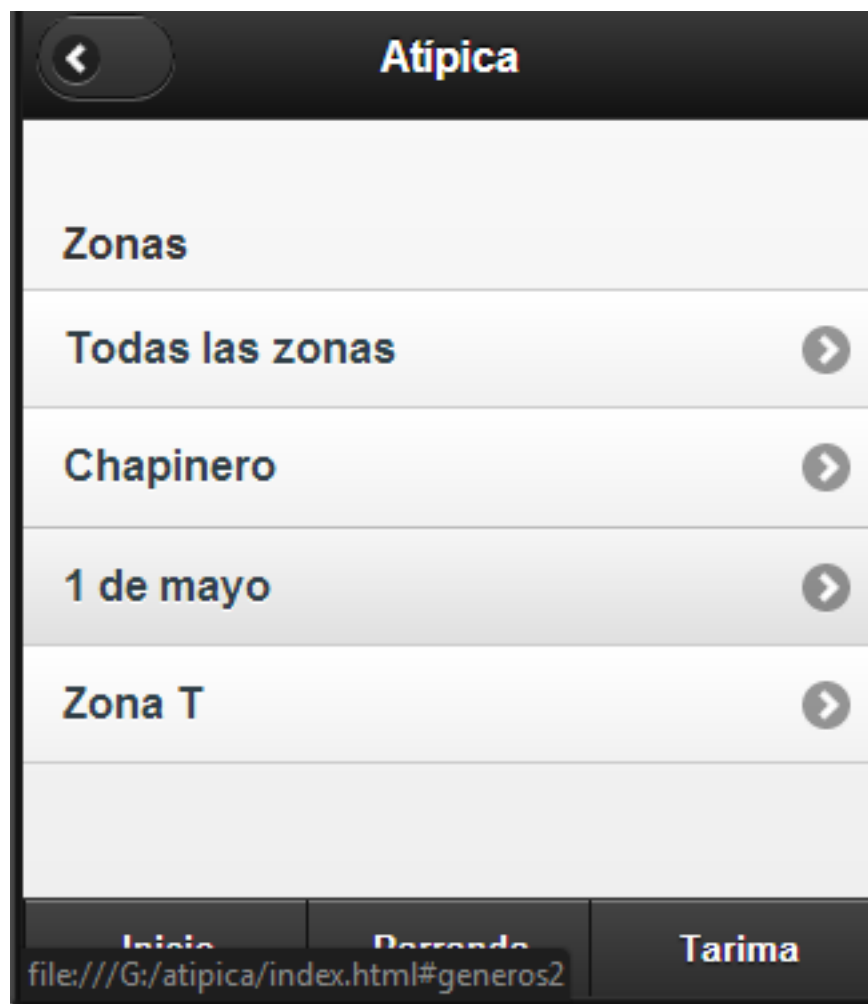
La aplicación esta en desarrollo, y se espera que este en funcionamiento en dos meses para complementar la revista.



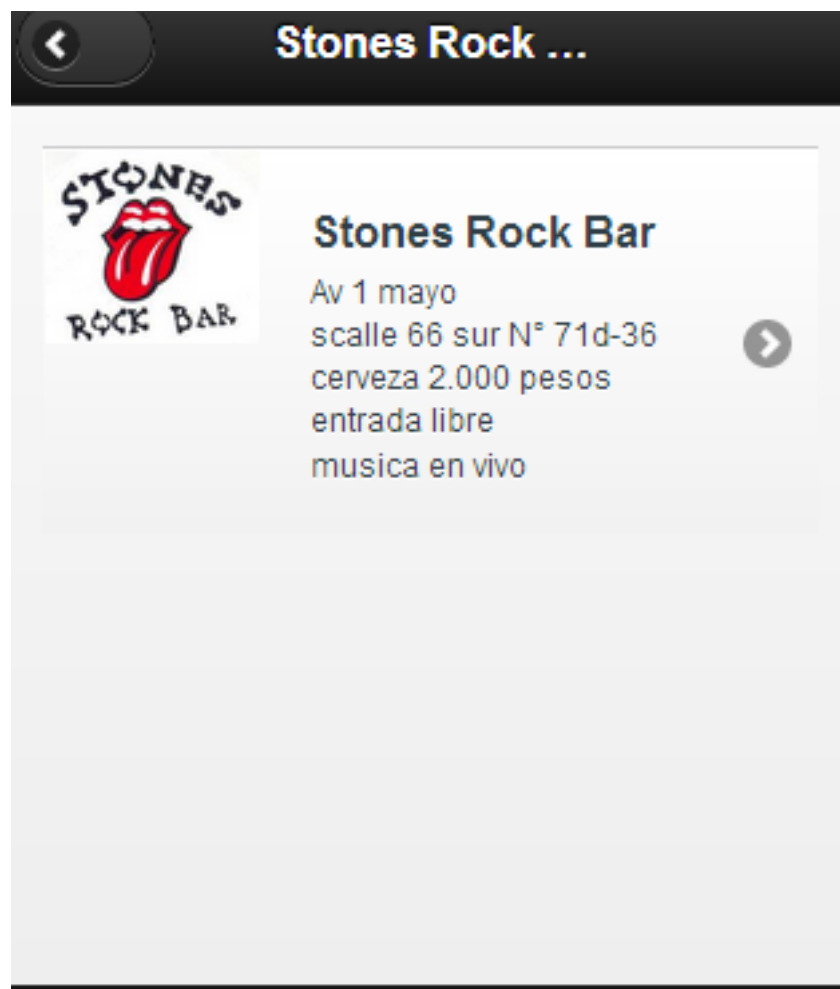
Esta es la pantalla inicial donde se muestran dos eventos destacados.



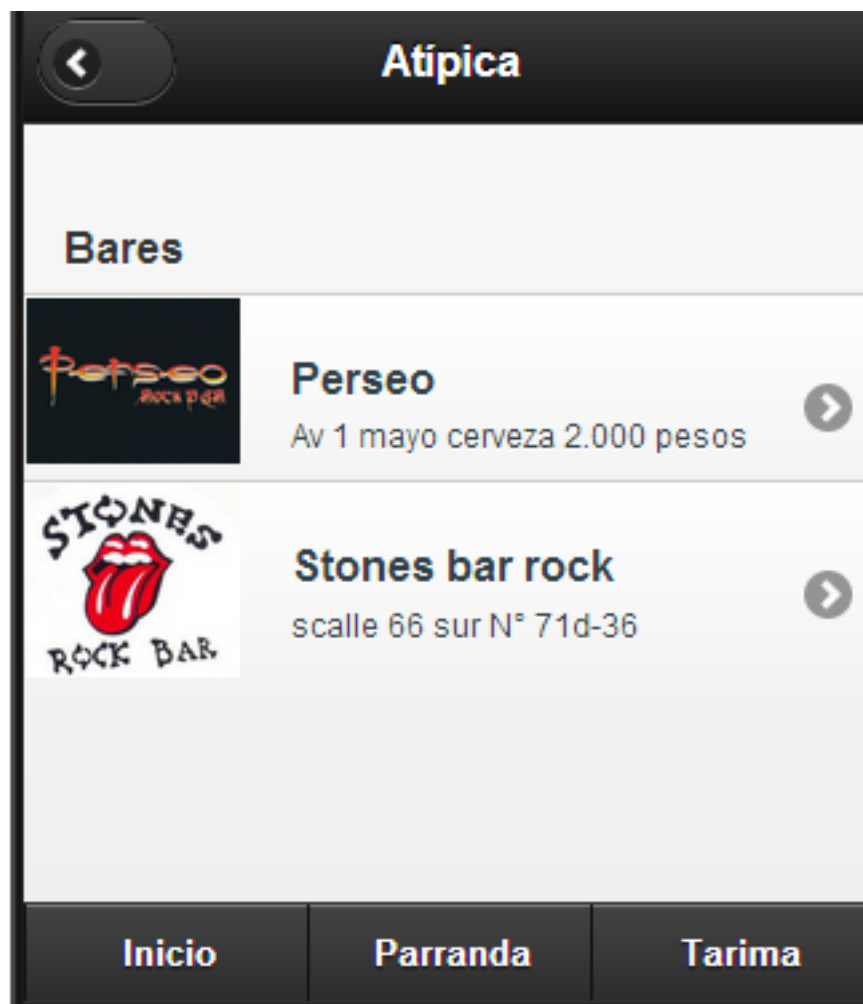
Esta es la pantalla de generos donde se muestran los generos mas populares en los jóvenes



Esta es la pantalla de parranda, que muestra opciones de las zonas mas comunes para salir en Bogotá.



Esta es la pantalla donde se muestra la información del bar, por costos, ubicación y tipo de ambiente.



Esta es la pantalla donde se muestran la opciones de los diferentes bares.

Estos son los wireframes de como va a quedar finalmente la aplicación, despues de estar terminada.











BIBLIOGRAFIA:

<http://www.tecnociencia.es/e-revistas/especiales/revistas/revistas14.htm>

http://portal.uniminuto.edu./index.php?option=com_content&task=view&id=36&Itemid=636

<http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080327135435AAG6uA3>

<http://www.lashistorias.commx/index.php/php/etiquetas/revistas-virtuales/>

<http://www.corgol.com/requisitosparalaweb/index.html>

<http://aristeguinoicias.com/1910/mundo/cierre-de-newsweek-por-crisis-estructural-de-los-impresos-gumersindo-lafuente/>

<http://www.planb.com.co/intro>

<http://www.goguiadelocio.com.co/site/>

<http://bogota.vive.in/bogota/>

<http://tentulogo.es/blog/la-psicologia-de-los-colores/>

