

TFG

DISEÑO Y PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS

CONCEPCIÓN DEL PROYECTO EDITORIAL DELADYSIGNER,
IDENTIDAD VISUAL Y PROTOTIPO

AUTOR: Sergio Romero Fernández

TUTOR: Santiago Aliaga Bonjoch

UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUNYA

GRADO EN DISEÑO Y CREACIÓN DIGITAL



RESUMEN

Este trabajo de fin de grado presenta el proceso de desarrollo del prototipo del primer número de la revista deLADYsigner, enfocada en ofrecer información sobre el papel de la mujer en el diseño en diferentes momentos de la historia. El presente TFG describe el proceso de diseño, maquetación, producción y distribución de la revista en su totalidad. Esta revista se desarrolla sin ánimo de lucro y se costea mediante módulos de publicidad, los cuales podrán ser utilizados por diferentes empresas y centros educativos dedicados al diseño para promocionarse y al mismo tiempo, permitir que la revista continúe sin que el autor perciba ninguna remuneración. Se incluyen diversas secciones que se centran en los aspectos clave del diseño editorial, como la metodología, los elementos gráficos, los requisitos técnicos, el presupuesto de impresión y la futura distribución. Por último, se presentan conclusiones y reflexiones sobre las competencias necesarias para un diseñador editorial, y se añade una valoración personal del trabajo.

ABSTRACT

This bachelor's thesis presents the development process of the prototype for the first issue of the deLADYsigner magazine, focused on providing information about the role of women in design at different moments in history. The present thesis describes the design, layout, production, and distribution process of the entire magazine. This magazine is developed without profit motive and is financed through advertising modules, which can be used by different design-focused companies and educational institutions to promote themselves and, at the same time, allow the magazine to continue without the author receiving any compensation. It includes various sections that focus on key aspects of editorial design, such as methodology, graphic elements, technical requirements, printing budget, and future distribution. Finally, conclusions and reflections on the necessary skills for an editorial designer are presented, along with a personal assessment of the work.

PALABRAS CLAVE

Diseño, diseño editorial, diseño gráfico, revista, publicidad, mujer, creatividad, feminismo, impresión, tipografía, TFG, memoria, identidad gráfica, photoshop, indesign

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN	PÁG.6
2. CONCEPTUALIZACIÓN	PÁG.8
2.1 DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS	PÁG.8
2.2 PROCESO DE TRABAJO Y METODOLOGÍA	PÁG.9
2.3 PLANIFICIACIÓN	PÁG.11
2.4 CONTEXTO Y DOCUMENTACIÓN: DISEÑO EDITORIAL Y EL FORMATO REVISTA	PÁG.12
3. PREPRODUCCIÓN	PÁG.16
3.1 ESTUDIO DE REFERENTES	PÁG.16
3.2 NAMING Y LOGO	PÁG.20
3.3 PORTADA, CONTRA Y LOMO	PÁG.21
3.4 TIPOGRAFÍAS	PÁG.22
3.5 MAQUETACIÓN	PÁG.24
3.6 LÍNEA EDITORIAL	PÁG.26
3.7 ARTÍCULOS Y CONTENIDO	PÁG.27
3.8 GUÍA DE ESTILO	PÁG.29
3.9 PRESENTACIÓN MOCKUP	PÁG.30
4. PRODUCCIÓN	PÁG.31
4.0 PRESUPUESTO	PÁG.31
4.1 IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN	PÁG.32
4.2 DISTRIBUCIÓN	PÁG.32
5. CONSENTIMIENTO	PÁG.33
6. CONCLUSIONES	PÁG.34
7. BIBLIOGRAFÍA/WEBGRAFÍA	PÁG.36
8. APÉNDICE DE IMÁGENES	PÁG.39
9. ANEXOS	PÁG.41

El contenido de este trabajo de fin de grado está sujeto a una licencia del tipo:
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)





Figura 1. Imagen de Bing create

1. INTRODUCCIÓN

El mundo del diseño ha evolucionado a lo largo de la historia, muchos profesionales del diseño han contribuido con sus obras a definir la estética actual y se han convertido en referentes en el proceso. A pesar de que la mayoría de los grandes diseñadores eran hombres, las mujeres han estado presentes en este ámbito desde hace décadas, luchando por abrirse paso y reivindicando su papel en la profesión. Por eso, este trabajo de fin de grado tiene como objetivo desarrollar una revista que se centre en la presencia femenina en el diseño y en cómo ha variado a lo largo del tiempo.

En esta memoria se recopila todo el proceso de creación de la revista de LADYsigner, desde la planificación y el diseño hasta la impresión y la distribución. Además, se profundiza en la investigación del contexto histórico y la situación actual de las mujeres en el mundo del diseño, con el fin de contextualizar el contenido de la revista y ofrecer una visión completa y actualizada del tema. Este trabajo se ha llevado a cabo con la intención de proporcionar información relevante y de interés a la comunidad del diseño, tanto a profesionales como a estudiantes, reivindicar la presencia y el papel de las mujeres en la profesión, promocionar pequeñas empresas y centros dedicados al diseño y conocer de primera mano el proceso de desarrollo de una obra editorial.

Se espera que esta memoria sirva como una guía práctica y teórica para aquellos interesados en el desarrollo de productos editoriales y como una herramienta de reflexión sobre la importancia de visibilizar la labor de las mujeres en el mundo del diseño.

2. CONCEPTUALIZACIÓN

2.1 DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS

El objetivo principal del trabajo final de grado en Diseño y Creación Digitales es desarrollar un proyecto editorial que en primer lugar demuestre el aprendizaje de todo el contenido cursado durante el grado universitario, posteriormente que resalte el papel de la mujer en el diseño y sirva como plataforma para la consulta, apreciación y diálogo sobre esta temática. Para lograrlo, es necesario diseñar un proyecto editorial atractivo y crear un estilo que mantenga su identidad en cualquier medio, comenzando con la elaboración de una maqueta versátil que conserve ciertos elementos visuales, establecer un ritmo de lectura cómodo y preparar correctamente todos aquellos elementos necesarios para el formato. Es importante reflexionar sobre el papel del diseño y el diseñador en la sociedad, así como sobre la transición de las técnicas tradicionales a las digitales. Se debe realizar una cuidadosa selección de los materiales que conformen la identidad de la revista, crear las fotografías e ilustraciones necesarias y seleccionarlas acorde al estilo y la maquetación. Por último, se ha de diseñar la publicidad que aparecerá, la cual corresponderá a empresas reales o ficticias interesadas en el proyecto.

Los objetivos pueden desglosarse de forma general en:

- Utilizar los conocimientos recogidos durante el grado en Diseño y Creación Digitales
- Búsqueda e investigación de información relevante al tema de la revista, posteriormente sintetizar todos los datos recabados y escribirlos de forma que la lectura sea amena
- Crear una planificación acorde al tiempo y carga de trabajo
- Desarrollo de la guía de estilo
- Pensar en el contenido de la revista y la línea editorial
- Diseño de la maqueta y apartados
- Búsqueda y/o creación de imágenes y fotografías que acompañen los textos
- Maquetación de texto e imágenes
- Diseño de los módulos de publicidad
- Diseño de portada, contraportada y lomo
- Crear un presupuesto realista de producción y distribución

2.2 PROCESO DE TRABAJO Y METODOLOGÍA

Antes de comenzar el proyecto, es necesario describir el proceso de desarrollo del mismo, definir las partes necesarias para realizar un proyecto adecuado y permitir a los lectores entender cómo se realizó el estudio, permitiendo evaluar la validez de los resultados obtenidos.

En las secciones de INTRODUCCIÓN y CONCEPTUALIZACIÓN anteriores se ha definido el formato y la temática del proyecto y ahora se procede a la división de todo el proceso en las fases necesarias para cubrir toda la información y los elementos que requiere el arte final, así como la investigación previa. Una revista es un formato que requiere una cantidad considerable de texto, la cual variará según las secciones que incluya la revista y que quedarán definidas en la línea editorial, los textos provienen de una investigación previa sobre la temática seleccionada, se recopila información de diversas fuentes y tras un estudio y síntesis, conformarán el contenido textual del proyecto.

En cuanto a la maquetación y diseño, se están utilizando programas como Photoshop para el tratamiento de imágenes, Illustrator para archivos vectoriales e InDesign para maquetar la revista. Estos programas son los más utilizados en la actualidad para la creación de productos editoriales, reemplazando a otros como Freehand o QuarkXPress.

El proyecto se define en tres partes diferenciadas: conceptualización, desarrollo y arte final.

FASE DE CONCEPTUALIZACIÓN

En la parte de conceptualización se desarrolla la idea inicial, se plantea el tema principal del proyecto y se obtiene una idea general de su contenido. Es importante dar contexto y tener un conocimiento inicial del marco histórico y las condiciones por las que se seleccionará el proyecto. Posteriormente, se realiza un estudio de material similar al nuestro en el mercado, se comprende por qué los productos con características similares al arte final del proyecto son apreciados por los usuarios y se recogen ideas que se pueden utilizar posteriormente. Adicionalmente, se crea un planning efectivo que permita un seguimiento y una realización adecuada. En esta etapa, una vez definida la obra final, se puede presupuestar todo el material.



FASE DE PREPRODUCCIÓN

En la parte de preproducción, se aborda la parte práctica que incluye la realización de una guía de estilo con todos sus apartados, la preparación de la maquetación y el espacio para los elementos, la definición de la línea editorial, la especificación de los artículos o reportajes resultantes de la investigación, la selección de imágenes y fotografías, el diseño de publicidad y finalmente, la presentación del arte final con mockups una vez finalizado el proceso de preimpresión.

FASE DE PRODUCCIÓN

Para finalizar, en esta fase se prepara todo lo necesario para la producción del arte final. Se completa la documentación relativa al proyecto (recogida en esta memoria) y se establece un proceso de impresión y distribución con una empresa de artes gráficas.

El proceso de trabajo queda definido en:

FASE DE CONCEPTUALIZACIÓN:

- *Contexto del proyecto*
- *Planificación*
- *Estudio de referentes*
- *Investigación y recogida de información*

FASE DE PREPRODUCCIÓN:

- *Realización de guía de estilo: tipografía, gama cromática, formato, maquetación, naming, logotipo, módulos de publicidad, línea editorial, portada y demás información*
- *Síntesis de la información*
- *Definición del contenido de la revista, fuentes y explicación*
- *Maquetación de contenido y espacios*
- *Diseño publicidad*
- *Mockups*

FASE DE PRODUCCIÓN:

- *Completar la memoria del proyecto*
- *Requerimientos arte final y offset*
- *Presupuesto*
- *Operación de impresión y distribución*

2.3 PLANNING

Es importante, de cara a la elaboración del proyecto y la posterior defensa del TFG, tener una planificación correcta del tiempo. Para la presentación del proyecto, que se llevará a cabo el 12/06/23, se toma como referencia la timeline del aula como base para crear un planning efectivo que permita la realización completa de todo el proyecto.

	Entrega 1 03/03 – 13/03	Entrega 2 14/03 – 13/04	Entrega 3 14/04 – 15/05	Entrega 4 16/05 – 12/06	Entrega 5 13/06 – 23/06
Definir objetivos	■				
Planteamiento del trabajo	■				
Estudio de referentes		■			
Estudio contexto histórico		■			
Búsqueda de información		■	■		
Síntesis de la información		■	■		
Guía de estilo		■			
Maquetación		■	■	■	
Diseño de contenido			■	■	
Entrevista				■	
Presupuesto				■	
Documentación				■	
Corrección de errores		■	■	■	■
Video defensa					■

Definir objetivos – 03/03 – 13/03

Planteamiento del trabajo – 03/03 – 13/03

Estudio de referentes – 14/03 – 29/03

Estudio contexto histórico – 14/03 – 29/03

Búsqueda de información – 14/03 – 01/05

Síntesis de la información – 29/03 – 10/05

Guía de estilo – 29/03 – 13/04

Maquetación – 29/03 – 31/05

Diseño de contenido – 01/05 – 20/05

Entrevista – 16/05 – 20/05

Presupuesto – 16/05 – 20/05

Documentación – 01/05 – 31/05

Corrección de errores – 14/03 – 15/03 (Planificación) | 14/04 – 15/04 (PEC1) | 16/05 – 17/05 (PEC2) | 24/05 – 11/06 (FINAL)

Video defensa – 13/06 – 23/06

2.4 CONTEXTO Y DOCUMENTACIÓN: DISEÑO EDITORIAL Y EL FORMATO REVISTA

En la actualidad, es innegable el poder que tiene lo visual en nuestro mundo y el diseño juega un papel clave a la hora de captar la atención del consumidor, ya sea a través de la forma, la colocación de los elementos en una imagen, la profundidad de campo o la tipografía. En este sentido, el diseño editorial se encarga de crear composiciones y organizar los diferentes elementos de una publicación de forma armónica, uniendo texto, imagen, diseño y diagramación.

El mayor reto del diseño editorial es conseguir que el arte final resulte atractivo pero también práctico a la hora de consumirlo. Cuando se logra una armonía entre las formas y el contenido de la publicación, se obtiene una mayor calidad que evidencia el trabajo realizado por el diseñador y que el lector percibe y valora. El diseño editorial adquiere una personalidad que transmite al lector no solo el contenido visual, sino también mensajes más profundos y emociones que resultan imprescindibles para lograr una comunicación efectiva, además se ha comprobado científicamente que retenemos mejor la información visual que la auditiva, por lo tanto, a lo largo de los años, fotógrafos, diseñadores y artistas han competido por nuestra atención, dado que un elemento gráfico puede quedar grabada en la mente del consumidor mejor que un texto.

"El proceso de composición es el paso más importante en la resolución del problema visual. Los resultados de las decisiones compositivas marcan el propósito y el significado de la declaración visual y tienen fuertes implicaciones sobre lo que recibe el espectador". (1)

Por tanto, el enfoque se encuentra en el cuidado de la composición y maquetación de diversos tipos de publicaciones y formatos. El objetivo principal del diseñador editorial es crear una relación armoniosa entre el texto y la imagen para producir la mezcla más atractiva para el consumidor, sin sacrificar la practicidad y la facilidad de lectura. Cuando se logra esta armonía, se obtiene una calidad superior que el lector puede apreciar y que refleja el trabajo realizado por el diseñador, el diseño editorial se vuelve clave para dotar de personalidad a la publicación y transmitir información sobre la marca. El diseño editorial no solo se encarga de la composición y maquetación de diferentes tipos de publicaciones, sino que también nos muestra las novedades en el estilo gráfico y su utilización creativa en cada creación, a través de las publicaciones podemos observar cómo evolucionan los movimientos artísticos y los cambios en la sociedad a lo largo del tiempo, mostrándonos lo que demanda el lec-

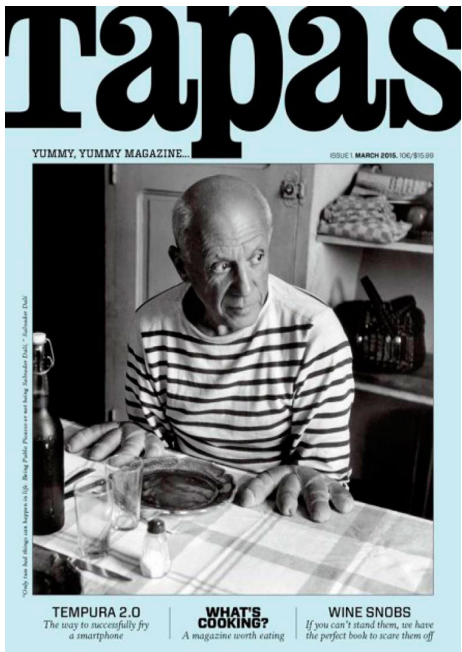


Figura 3. Portada revista TAPAS, marzo 2015



Figura 4. Portada revista Interview, septiembre, 2014

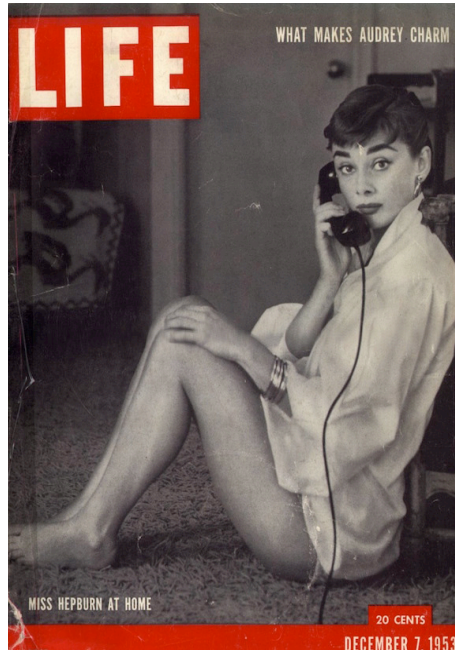
(1) Dondis, D. (1976). La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. En Gustavo Gili eBooks. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/222>



Figura 5. Portada revista SQUIRE, mayo 1969

Figura 6. Portada revista LIFE, diciembre 1953

Figura 7 Portada revista THE NEW YORKER, Jack Hunter, julio 2013



tor y cuáles son las tendencias en cada momento, siendo así una herramienta clave para contar historias y transmitir información de manera visual y atractiva.

Los orígenes del diseño editorial se pierden en el tiempo, pues los primeros escritos se remontan al Antiguo Egipto, pero no es hasta el Renacimiento cuando se produjeron los cambios que conducirían a lo que hoy conocemos como obra editorial. El libro se convirtió entonces en un elemento fundamental para difusión de información, aunque esta se centrara en la difusión científica y matemática. Dos eventos produjeron el nacimiento de la estructura básica del formato revista; por un lado en Italia se llevó a cabo un riguroso estudio de los elementos que conforman el diseño editorial, empleando conceptos matemáticos, de aquí surgió el diseño de la disposición de página renacentista, que seguía la proporción áurea, así como la caligrafía humanista, que mejoró la legibilidad. Por otro lado en Alemania, Johannes Gutenberg inventó la imprenta, lo que permitió la difusión masiva de material editorial. Los avances tecnológicos posteriores determinaron el alcance de la difusión del diseño editorial, por ejemplo la litografía se inventó entre 1790 y 1800, pero no fue hasta 1971 que los periódicos comenzaron a imprimir sus ejemplares en offset, dejando de lado la impresión tipográfica tradicional.

Aunque otros movimientos como el Art Nouveau contribuyeron al desarrollo del diseño editorial, fue el movimiento Arts & Crafts liderado por William Morris el que a finales del siglo XIX abogó por un diseño editorial de alta calidad que no solo fuera bello, sino también funcional y accesible para las masas, por lo que los consumidores de este tipo de ma-

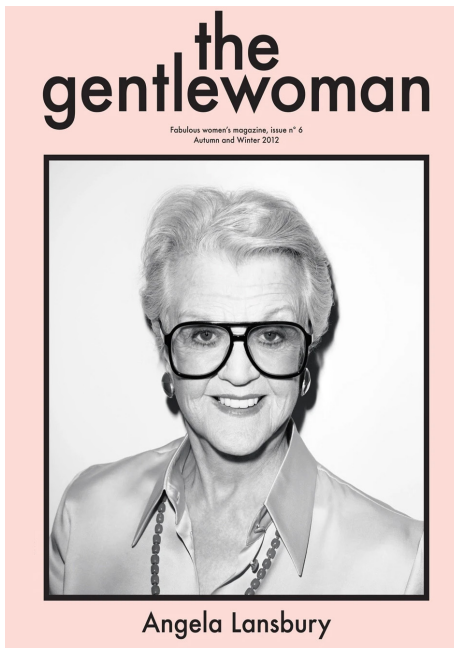


Figura 8. Portada revista THE GENTLEWOMAN, Terry Richardson, Otoño/invierno 2012



Figura 9. Portada revista TIMES, diciembre 2008

terial aumentó enormemente y empezaron a popularizarse las primeras revistas especializadas. A esto, hay que sumarle el hecho de que con el tiempo, grandes personalidades se animaron a compartir sus experiencias y sabiduría en diferentes revistas, grandes autores Charles Dickens y sus artículos "The Examiner" y "Household Words", Virginia Woolf la cual escribía ensayos para publicaciones como "The Times Literary Supplement" y "The Guardian" e incluso Oscar Wilde, el cual escribía artículos para "Pall Mall Gazette" y "The Woman's World". Por entonces esto no generó mayor impacto, pero con la posterior proliferación y popularización de una lectura más amena, otros autores como Hemingway o Scott Fitzgerald comenzaron a escribir artículos en revistas como "Esquire" o "The Atlantic Monthly". lo que dio importancia y seriedad a este tipo de publicaciones.

Durante 1950, la Escuela Suiza desarrolló el estilo internacional que influyó significativamente en el diseño gráfico, usando el diseño por sustracción reducían la composición a lo esencial y el peso gráfico recaía en el uso de la tipografía. Después de la Segunda Guerra Mundial, Suiza acogió a refugiados de guerra que trajeron consigo enseñanzas de la Bauhaus, buscaban incorporar el método científico al diseño para presentar información de forma clara y neutral. Por primera vez, el amor por lo asimétrico quedó relegado, Se empezó a experimentar con una retícula modular para crear composiciones asimétricas y se daba prioridad a la fotografía en lugar de la ilustración, dejando de lado muchas veces a la propia tipografía y dotando a la obra de una potencia gráfica mayor. Durante estos periodos históricos el diseño editorial como vía primera de difusión no estuvo libre de una evaluación crítica y continua por parte de los profesionales del sector. La posibilidad de comunicación entre diseñador y consumidor era cada vez mayor gracias a las cada vez más amplias y creativas posibilidades que permitía una obra editorial al permitir combinar elementos visuales de todo tipo.

"Cada propuesta gráfica es una forma de mostrar a otros algo sobre algún tema, lo que generalmente surge por encargo de alguien y, en ocasiones, también por la iniciativa e intereses del diseñador. El diseño se encarna en el mundo: surge de él y sobre él actúa incidiendo en maneras de verlo y asumirlo. Cada representación gráfica es una apuesta visual sobre alguna temática en la que se exponen significaciones posibles. En ello radica su triple responsabilidad —su habilidad para responder, para responder a los otros, hacia lo que se orienta todo diseño."(2)

Es destacable, conforme nos acercamos a nuestros tiempos, el impacto de la tecnología en el diseño gráfico actual, la introducción de los ordenadores e internet marcó un hito en la historia del diseño gráfico,

(2) DEL ROSARIO GUTIÉRREZ, M., MONSALVE, M., & RESTREPO, M. (2017). Diseñar conlleva una triple responsabilidad: con los otros, con el tema, consigo mismo. In Desde el taller: 32 notas para la enseñanza y el aprendizaje del diseño gráfico (1st ed., pp. 38–42). Universidad Jorge Tadeo Lozano. <https://doi.org/10.2307/j.ctvc5pcgw.8>



Figura 10. interior revista VEIN, abril 2001



Figura 11. interior revista ROLLING STONES, junio 2021

revolucionando la disciplina al simplificar los procesos editoriales y permitir la democratización del acto de diseñar. Como resultado, los profesionales comenzaron a explorar nuevos recursos para crear diseños con un carácter personal, al igual que en otras artes se destacaba lo único y genuino, se rechazaba la neutralidad del estilo internacional de la Escuela Suiza. Sin embargo, con la llegada de Internet en la década de 1990 también comenzó a homogeneizar el estilo, fuertemente influenciado por factores externos como la música o la moda estridente y colorida. En esta década, se dividieron en aquellos que están a favor de explorar las nuevas posibilidades que ofrece la nueva tecnología y aquellos que prefieren mantener el diseño al estilo tradicional. Como se acabó mostrando más tarde y como ya ha demostrado la historia, optar por la tecnología como medio de facilitar el consumo son los que han predominado por su legibilidad y facilidad de producción, mientras que los más tradicionales, lejos de desaparecer, han encontrado su "nicho".

En la década del 2000, el diseño editorial experimentó una transformación significativa impulsada por la tecnología y la digitalización de la industria. La paulatina adaptación a los nuevos medios digitales ha llevado a la creación de nuevos formatos y técnicas de diseño, nuevas formas de creación de contenido que fueran atractivas para los usuarios que utilizaran nuevos medios y dispositivos como las webs, las tablets o los teléfonos móviles como opción principal, generándoles diseños interactivos y atractivos. A su vez, el diseño minimalista volvió a resurgir en contraposición a los coloridos 90, usando una paleta de colores limitada y una tipografía simple para crear diseños modernos y elegantes, muy en consonancia con el estilo internacional.

[...] "Los diseñadores editoriales, que tienen que asegurarse de estar a la vanguardia de las modas visuales y estéticas. Conocer qué está pasando en la cultura, el diseño y los de comunicación es fundamental, pero también se puede aprender mucho del oficio -y no digamos ya encontrar ideas e inspiración- fijándose en trabajos anteriores y, en particular, en los de aquellos diseñadores que en el pasado fueron marcadamente innovadores, influyentes o rompedores".(3)

Terminamos con este fragmento del libro de Cath Cadwell y Yolanda Zappaterra para completar la exposición de cómo el formato revista no solo es una forma versátil de comunicar y expresar, sino que ha demostrado que se ha podido adaptar a cualquier necesidad estética o comunicativa. Por lo tanto, la revista es el formato más extendido, ya que ha permitido la última democratización de la difusión de la información, permitiendo que cualquier tipo de usuario haya disfrutado de sus páginas, tanto impresas como digitales.

(3) Froissart, P. (2002). Yolanda Zappaterra. Digital Lab : Design editorial. HAL (Le Centre pour la Communication Scientifique Directe). <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03751440>

3. PREPRODUCCIÓN

3.1 ESTUDIO DE REFERENTES

Es bastante útil investigar acerca de obras con características similares a las de este proyecto pero que ya hayan tenido validez en el mercado y un público consolidado, pues permite recopilar ejemplos y analizar trabajos anteriores, diseños exitosos, tendencias, estilos y enfoques innovadores en el área de interés. Al explorar una variedad de trabajos creativos y referentes, se puede obtener inspiración para desarrollar nuevas ideas y enfoques o adquirir conocimiento sobre las mejores prácticas, las tendencias actuales, las técnicas utilizadas y las soluciones innovadoras. Esto ha permitido comprender el contexto en el que se está trabajando y obtener una visión más amplia del campo en cuestión.

Tras haber seleccionado los referentes necesarios, se ha procedido a realizar un benchmarking, un análisis comparativo en el que se especifican varias prácticas, procesos y características de diversas marcas del mismo sector, de las cuales se han extraído ideas que nos han permitido mejorar nuestra obra y aprovechar toda la información posible.

Este proyecto reúne una serie de condiciones que le hacen difícil acercarse a otros productos similares, podemos encontrar en el mercado muchas revistas que tratan la situación de la mujer, al igual que podemos encontrar revistas sobre diseño, pero ninguna que trate específicamente la historia y la situación actual de la mujer en la profesión del diseño. Igualmente, la revista de este TFG está limitada en cuanto al número de publicaciones, ya que normalmente una revista es un formato que suele tener una publicación constante.

Por ello, se han escogido revistas tanto femeninas como de diseño que muestran una alta calidad en cuanto a estética, contenido y maquetación. Del benchmarking resultante hemos obtenido información de ambas áreas.



Figura 12. Portada revista EXPERIMENTA, n.80

Figura 13. interior revista EXPERIMENTA, n.80

Figura 14. interior revista EXPERIMENTA, n.80



Revista EXPERIMENTA

Experimenta es una revista española que se ha convertido en un referente en diseño. En sus comienzos, solo trataba sobre diseño gráfico, pero con el paso del tiempo, su temática se ha ampliado para abarcar también la comunicación visual y la arquitectura, lo que la convierte en una revista muy completa. Con una periodicidad trimestral y una combinación efectiva de información objetiva y subjetiva, se ha convertido en una revista ideal para los amantes del diseño, especialmente para los más jóvenes, debido a que su estética está orientada hacia ellos. La revista cuenta con un diseño limpio y cuidado, donde se utilizan grandes espacios en blanco para crear una sensación de "aire" entre los elementos gráficos. Se le da un gran protagonismo a la tipografía, siguiendo un estilo similar al de la Escuela Suiza, y utilizan imágenes impactantes que captan la atención del lector.

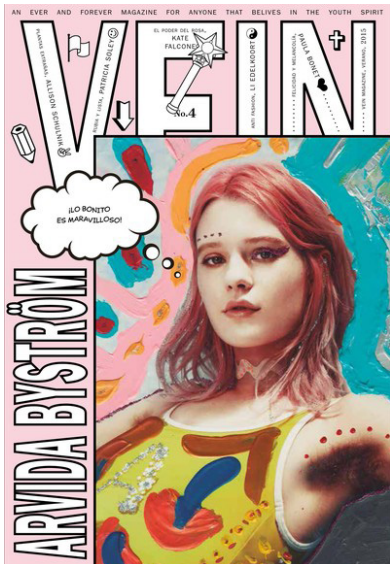
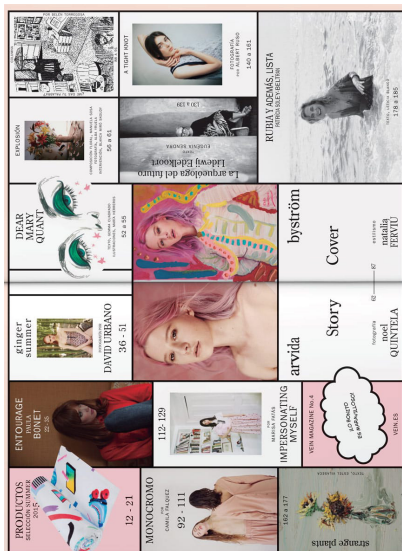


Figura 15. Portada revista VEIN, n.4

Figura 16. interior revista VEIN, n.4



Revista VEIN

Vein es una publicación independiente femenina de referencia, han logrado crear un producto de alta calidad centrado en moda, arte, entrevistas y belleza, haciendo un excelente uso del diseño y la maquetación. Desde sus inicios, la revista ha buscado destacar por su estética caótica y aparentemente desordenada, lo cual le confiere un aire joven y desenfadado. Sin embargo, detrás de esta apariencia se encuentra un diseño extremadamente cuidado que combina elementos retro y modernos para lograr un estilo atemporal, Vein se esfuerza por ser transgresora y romper los límites, incluso en lo que respecta al diseño. Además, su maquetación varía con cada contenido, presentando collages caóticos, imágenes superpuestas y entrevistas y reportajes que hacen un excelente uso del orden, el espacio y la tipografía.



Figura 17. interior revista VEIN, n.1

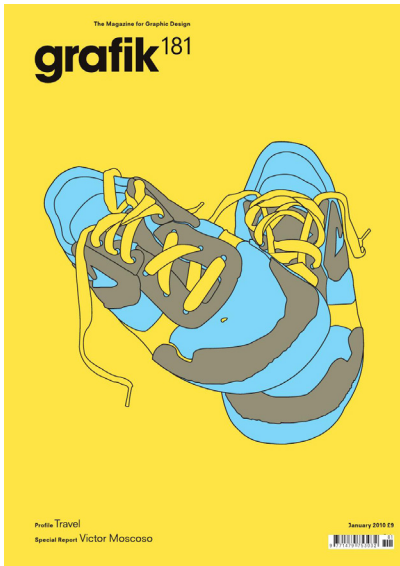
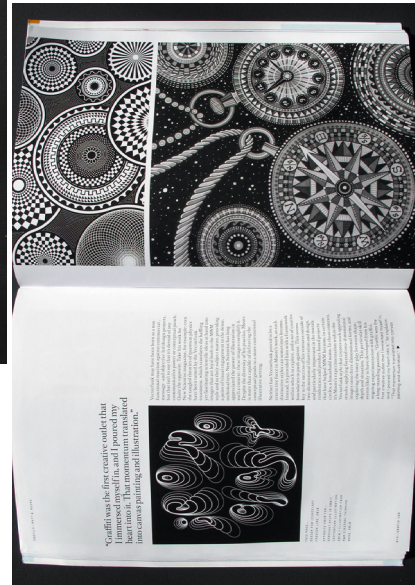


Figura 18. Portada revista GRAFIK, n.181
 Figura 19. interior revista GRAFIK, n.188
 Figura 20. interior revista GRAFIK, n.188



Revista Grafik

Grafik es una revista británica sobre diseño gráfico que utiliza portadas muy llamativas de artistas diferentes. Su maquetación tiene un estilo más clásico en comparación con otras revistas, pero esto no afecta al ritmo de lectura. Le otorgan protagonismo a las imágenes que se presentan en cada página, las cuales suelen tener un aire retro. Prestan gran atención a los espacios entre elementos, otorgan margen suficiente entre texto y texto y suelen jugar con cajas para adaptarse a diferentes formas.

Revista Slanted

Slanted es una revista independiente alemana traducida a varios idiomas que se destaca por la más alta calidad de sus acabados. Cada número físico se entrega con un material distinto en la portada y la

contra, lo que brinda al lector una experiencia que va más allá de lo meramente visual y se transmite al tacto. Utilizan una tipografía muy legible y reservan las composiciones más destacadas para zonas específicas, mientras que en los artículos y reportajes todo está ordenado y con espacio suficiente. Amplia variedad de temas relacionados con el diseño en todas sus facetas, dándole prioridad a aquellos que están en tendencia y desafían lo establecido. Si Vein busca transgredir, Slanted busca informar sobre dicha transgresión.

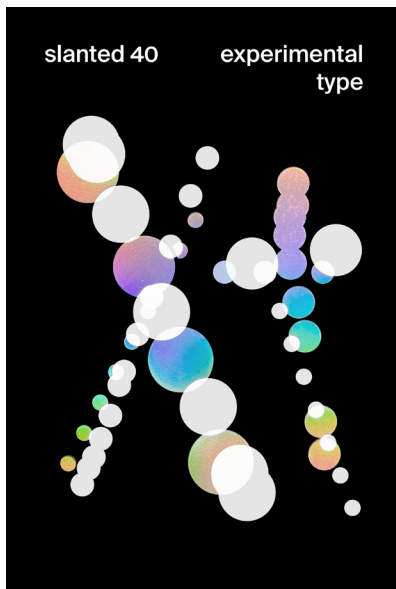
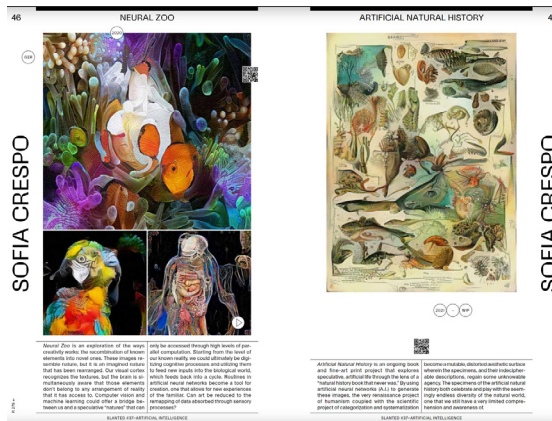


Figura 21. Portada revista SLANTED, n.40
 Figura 22. interior revista SLANTED, n.37
 Figura 23. interior revista SLANTED, n.37



BENCHMARKING

Realizar un proceso de benchmarking entre estas revistas implica comparar y analizar diversas características y aspectos clave así como puntos negativos de cada publicación en base a las características que buscamos.

	EXPERIMENTA	VEIN	GRAFIK	SLANTED
CONTENIDO Y TEMÁTICAS	Diseño gráfico, industrial, la arquitectura, la tecnología y comunicación visual	Moda, música, arte, cultura y arte contemporáneo	Diseño gráfico y visual	Diseño gráfico, tipografía, cultura visual, ilustración, diseño editorial
MAQUETACIÓN Y DISEÑO	Extremadamente cuidada, grandes espacios, apoyo en la tipografía	Muy creativo y vanguardista, arriesgado, a veces impide la legibilidad, integra elementos multimedia	Muy cuidada, de aspecto geométrico, todos los elementos siguen un orden riguroso	Visualmente impactante y vanguardista, composiciones creativas que no se interponen entre ellas
TIPOGRAFÍA	Sans serifs en distintos modos para el cuerpo del texto. Con serifas para títulos	Serif en la mayoría de casos, scripts en otros para crear contraste	Sans serifs en distintos modos, suele experimentar entre tipos	Sans serif para el cuerpo del texto. Experimentación con tipografías según estética
IMÁGENES	Alta calidad, van en caja salvo las que ocupan una página que van a sangre	Alta calidad y muy artísticas, buscan romper con la maquetación recta del texto	Alta calidad, aunque presentan creatividad no buscan ser rompedoras, si no acompañar al texto	Alta calidad y con enfoque artístico, rompen los márgenes sin llegar a sangre
PÚBLICO OBJETIVO	Profesionales y empresas dedicados al diseño, principalmente adulto	Jóvenes y jóvenes adultos, creativos, transgresores, amantes de la moda	Estudiantes y profesionales del diseño, tiene un tono coloquial	Adulto y especializado en diseño o investigación del mismo
PUBLICIDAD	Empresas, prescriptores, profesionales, y otros actores del mundo del diseño	Marcas con enfoque joven como Levi's, Converse o G-Star. Eventos culturales.	Actores del mundo del diseño, marcas británicas	tración, diseño editorial
PUBLICACIÓN	Trimestral	Anual	Bianual	Bianual
CALIDAD DE ACABADOS	De calidad pero nada fuera de lo común	Alta calidad, papel de gramaje alto, utilización de detalles con acabados especiales	De calidad pero nada fuera de lo común	Material de calidad pero con poco gramaje
FORMATO	Físico, 23×26.5cm	Físico, 21×29.7 cm Digital	Físico, 21×29.7 cm	Físico, 17×24 cm

Tras la realización del benchmarking he sacado las siguientes conclusiones:

- El contenido puede ser variado pero debe predominar el diseño y sus ámbitos.
- La tipografía debe ser legible, a poder ser sin serifas para permitir una correcta legibilidad.
- Las imágenes de alta calidad y que o bien sirvan para estimular la composición o para acompañar al texto.
- El público objetivo debe ser amplio, asumiblemente del mundo del diseño.
- La publicidad de la revista debe ser de marcas relacionadas con la profesión o estudio del diseño, preferiblemente de empresas pequeñas para darles visibilidad.
- El gramaje por encima de la media denota calidad en el producto
- Los formatos originales llaman más la atención que el típico A4

3.2 NAMING Y LOGO

Al iniciar un proyecto de revista, una de las primeras tareas consiste en establecer una identidad distintiva. En este sentido, se está llevando a cabo el proceso de naming, que implica la elección del nombre para la marca, en este caso, se refiere a la cabecera de la revista, siendo este el elemento más relevante de la portada.

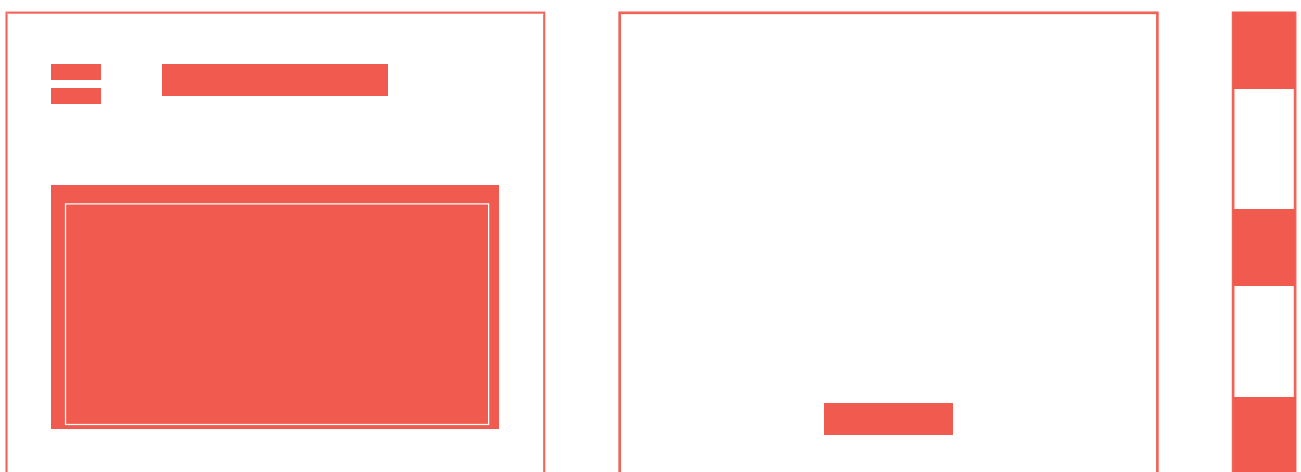
En el caso de este proyecto en particular, se ha buscado seleccionar un nombre que cumpla con ciertos criterios específicos; una palabra fácil de pronunciar, que no sea extremadamente larga de pronunciar y que de alguna manera transmita el tema de la revista, teniendo en cuenta términos como "lady" y "designer". La combinación de diferentes letras ha dado lugar a un logotipo que fusiona tipografías con y sin serifas, logrando así una armonía entre aspectos mecánicos y humanos.

The logo for 'deLADYsigner' is presented within a thin black rectangular border. The word 'de' is in a lowercase, sans-serif font. 'LADY' is in a bold, uppercase, sans-serif font. 'signer' is in a lowercase, sans-serif font with a slightly more decorative, humanistic feel. The overall style is clean and modern.

Para la creación de este logotipo, se ha usado la tipografía Codec Warm Bold en "LADY" y Codec Cold Light para "de-signer". Se escogió esta familia tipográfica por su legibilidad, su estética contemporánea muy usada en productos de diseño editorial y por su amplitud de estilos.

3.3 PORTADA

La portada es la primera impresión que el usuario tiene de la revista, debe contener la suficiente información para que el lector perciba lo que el autor quiere transmitir. La ausencia de mucha información es a la vez una forma de comunicación, dejando al lector con la necesidad de seguir leyendo para completar la idea que le ha dado la portada.



Se ha decidido, basándome en el benchmarking, tener una portada y contra lo más limpias posibles, mostrando los elementos mínimos y dejando la única complejidad estética a la ilustración/imagen/foto de la portada. La elección de esta portada viene de la idea de generar cierto impacto, el contraste de unas manos femeninas con las uñas pintadas sujetando herramientas de taller no solo encaja con la temática sino que genera un contraste visual importante.

El color de fondo se ha mantenido en las 3 piezas.

En la portada podemos encontrar en la zona superior izquierda el número de la revista y la fecha, justo a la derecha el logo y abajo la composición entre elemento gráfico y texto, el título del artículo o reportaje principal.

La contra es igualmente lo más limpia posible, solo con el color de fondo y el logo en la zona inferior centrada.

El lomo, que depende del número de páginas, contiene en la zona superior el número, el logo centrado y en la zona inferior el nombre y apellido del autor.

3.4 TIPOGRAFÍA

La tipografía desempeña un papel fundamental en la construcción del estilo de una publicación, cada tipografía tiene sus propias connotaciones y es esencial para el diseñador editorial comprenderlas para usarlas de forma correcta en sus composiciones. Por ejemplo, las tipografías con serifas transmiten una sensación más tradicional y normalmente se usan para transmitir antigüedad o cuando el texto tiene un cariz humano, mientras que las tipografías sans serif brindan un tono más moderno utilizando todas las formas que ofrece la geometría en las diferentes familias tipográficas que pertenecen a este estilo.

Para la revista deLADYsigner se han escogido familias tipográficas sans serif para cada tipo de texto, la ausencia de serifas da a la composición una estética contemporánea y lo más importante, permite una completa legibilidad. El usuario busca en las revistas una lectura fluida acompañada de elementos gráficos que amenicen los textos, que no se precise una atención completa por su parte para poder disfrutar del contenido. En deLADYsigner se pueden encontrar textos de una extensión media o larga, dependiendo del artículo, por lo que se han utilizado elementos gráficos y la jerarquía para amenizar la lectura.

"Componer textos de lectura continua es una de las tareas más frecuentes del diseñador gráfico. Aunque son infinitas las maneras de hacerlo [...] están aquellos trabajos tipográficos tan meticulosos en su configuración que casi se hacen invisibles cediendo el protagonismo a lo que dice el escrito para que al leerlo se oigan y se despierten imágenes mentales sin percatarse de las grafías que dan lugar a la lectura. En el otro extremo, sin descuidar la legibilidad".(4)

El diseño editorial implica combinar textos y otros elementos para componer páginas. Establecer una jerarquía adecuada en el texto permite que la lectura del contenido sea fluida y que la mirada del lector siga el camino determinado por el diseñador editorial, además de generar contrastes visuales atractivos en la página. La jerarquía en el texto se puede lograr mediante el uso de diferentes tamaños de letra o mediante la variación de los pesos (ligero, regular, negrita, etc.). El espacio entre letras, palabras o líneas, así como la justificación del texto, también forma parte del tratamiento tipográfico. Es importante definir estos estilos tipográficos para lograr una presentación coherente y efectiva del contenido.

(4) DEL ROSARIO GUTIÉRREZ, M., MONSALVE, M., & RESTREPO, M. (2017). De lo invisible a lo manifiesto. In Desde el taller: 32 notas para la enseñanza y el aprendizaje del diseño gráfico (1st ed., pp. 183–192). Universidad Jorge Tadeo Lozano. <https://doi.org/10.2307/j.ctvc5pcgw.35>



Figura 24. Interior revista DELADYSIGNER

En el ejemplo superior se puede observar cómo los diferentes tipos, modos, tamaños y colores permiten una jerarquía adecuada para una lectura ágil. La tipografía Pensum ha tenido el protagonismo por su gran cantidad de modos que ha permitido jerarquizar el texto sin cambiar de tipo. Los titulares son los textos con el tamaño mayor y se corresponden con una decisión de composición, el tamaño forma parte del arte visual, se utiliza la tipografía Flyer, muy usada en textos que necesitan destacar. La tipografía Mohave, con un estilo estrecho y moderno, contrasta muy bien con la Pensum, por lo que se usa como apoyo al cuerpo del texto, ya que en exceso este tipo de letra dificulta la lectura. Para finalizar, se utiliza la tipografía Helvética, una veterana en el diseño gráfico y editorial por ser una de las más adaptables, en deLADYsigner se utiliza para los pies de foto.

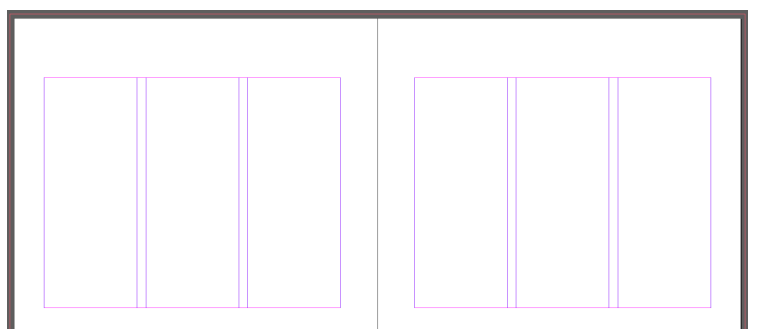
Las diferentes tipografías se han escogido primero por la antes mencionada legibilidad y funcionalidad, y segundo por el contraste que crean entre ellas.

3.5 MAQUETACIÓN

En la maquetación de una revista se busca lograr una armonía y cohesión entre los diferentes elementos de cada página, esto implica realizar los ajustes necesarios y aplicar un estilo consistente en cada sección de la publicación. Es fundamental que todos los elementos de la página trabajen en conjunto y se adapten a los parámetros establecidos en la plantilla de diseño. Por lo general, se inicia la maquetación colocando elementos fijos como las imágenes o los titulares, elementos que son obligados y ocupan un espacio importante y que, por tanto, se pueden tomar como referencias.

DeLADYsigner es una revista formada por artículos largos, entrevistas, summaries o collages, entre otros, cada sección requiere una composición propia que no solo la haga destacar o permita su legibilidad en caso de los artículos, sino que también aproveche el formato de la página al máximo sin sobrecargarlo. Es importante destacar que cada sección tiene una maquetación distinta, así como la colocación de marcadores, lo que permite a los usuarios leer la parte de la revista que deseen sin tener que comenzar desde el inicio. Dado el carácter de la revista, es inevitable que haya textos largos, por ello, se ha intentado crear una maquetación que permita una lectura tranquila, sin que haya elementos gráficos o de diseño que entorpezcan el seguimiento. Los destacados, imágenes y espacios blancos también alivian la saturación del lector. El tamaño del cuerpo del texto se mantiene constante con el objetivo de facilitar la legibilidad, salvo en los de presentación y destacados. Para evitar la saturación en páginas con una gran cantidad de texto continuo, se utilizan espacios en blanco para que la composición respire mejor.

El color también desempeña un papel importante en la maquetación. Los colores escogidos en la paleta cromática de la marca ayudan a organizar, separar o relacionar los diferentes componentes. En cuanto a la publicidad, se trata a deLADYsigner como un proyecto real, la revista se financia con la publicidad de centros de estudio y empresas dedicadas al diseño, el objetivo es darles visibilidad, ya que la revista se distribuirá en diferentes centros estudiantiles y espacios profesionales del sector.



BIOGRAFÍAS | CHARLOTTE PERRIAND

BIOGRAFÍAS CHARLOTTE PERRIAND

Charlotte Perriand (1903-1999) fue una diseñadora y arquitecta francesa que desempeñó un papel fundamental en la creación del movimiento de arquitectura moderna en Francia. Conocida por su trabajo en la promoción de una visión más progresista de la arquitectura, el diseño y la decoración de interiores, siendo considerada una de las figuras más importantes del diseño del siglo XX.

Una de las características más notables de su trabajo fue el compromiso con la funcionalidad y la simplicidad en el diseño. Creía que los objetos y los espacios debían ser diseñados para cumplir una función específica, y que la belleza y la estética debían surgir de esta función, esta visión la llevó a experimentar con materiales y técnicas innovadoras, y a crear diseños que se ajustaran a las necesidades de la vida moderna. Destaca su compromiso con la igualdad de género y su papel como modelo a seguir para las mujeres en el campo del diseño y la arquitectura, o la la-

go de su carrera luchó por la inclusión de las mujeres y fue una de las primeras mujeres en ser escultora en el Sindicato de Arquitectos franceses.

Desde joven, se interesó por el arte y la arquitectura, y estudió en la École de L'Union Centrale des Arts Décoratifs de París. A los 24 años, comenzó a trabajar para el famoso arquitecto Le Corbusier, quien se convirtió en su mentor y colaborador durante muchos años. En 1927, Perriand colaboró con Le Corbusier y su primo, Pierre Jeanneret, en el diseño del "Pavillon de l'Esprit Nouveau" en la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas de París. Este proyecto llamó la atención por su enfoque innovador en la arquitectura y el diseño, y ayudó a establecer a Perriand como una figura destacada en el campo. Durante los años siguientes, Perriand continuó colaborando con Le Corbusier en varios proyectos importantes, incluyendo el diseño de la "Villa Savoye" en



Charlotte Perriand, 1907, Robert Doisneau



Muebles Charlotte Perriand, Grand Palais, 2008, Jacques Desboux



Exposición "Inventando un mundo nuevo", Gabriel Ferrandès



Silla de bambú, museo Quai Branly, Jean-Pierre Dabère

"LA EXTENSIÓN DEL ARTE DE LA VIVIENDA ES EL ARTE DE VIVIR. VIVIR EN ARMONÍA CON LOS IMPULSOS MÁS PROFUNDOS DEL HOMBRE Y CON SU AMBIENTE ADOPTANDO O PREFABRICADO"

Poissy, cerca de París. Además, Perriand se convirtió en una figura importante en el movimiento de diseño moderno francés, y trabajó en varios proyectos independientes en el campo del diseño de muebles y la decoración de interiores, pues durante su vida, Perriand se dedicó a explorar nuevas formas y materiales para el diseño de muebles y espacios interiores.

En 1930, diseñó la silla B30, también conocida como la "silla LCC", que se convirtió en un ícono del diseño moderno. Perriand también diseñó la "mesa ajustable" y la "silla giratoria", ambos elementos se convirtieron en piezas clave del diseño moderno. Además de los muebles, Perriand también trabajó en el diseño de interiores, incluyendo la casa de Tokio, que diseñó en colaboración con Le Corbusier y Jeanneret. El dibujo fue clave para sus exitosos diseños, parte de su proceso creativo quedaba reflejado en los bocetos, esquemas y sistemas que plasmaba y que

más tarde, daban lugar a prototipos funcionales gracias a la ardua tarea artesanal, de la que en numerosas ocasiones la diseñadora formó parte. Su mente creativa y práctica le permitió mostrar en sus dibujos las ideas que en su mente transcurrían con la estética y material de la época, fruto de una contemplación basada en la curiosidad.

En 1940, Perriand viajó a Japón para estudiar la cultura y la arquitectura japonesas. Este viaje tuvo una gran influencia en su trabajo posterior, y se convirtió en una de las principales influencias en la creación de su estilo distintivo y su enfoque innovador en la arquitectura y el diseño. Fue especialmente crítica con la exportación masiva de los diseños artesanales japoneses, pues opinaba que la rica tradición japonesa debía permanecer fiel a sus orígenes en lugar de adoptar las modas occidentales. En 1943 estalló la guerra y pudo escapar de Japón rumbo a Hanoi, donde animó a los artesanos a apos-

"L'ART DE VIVRE"

tar por los productos locales. Aquí se casaría con el fotógrafo Jacques Martin, profesional del que procederían la mayoría de fotografías conocidas de la artista y con quien tuvo el siguiente hito que marcaría su vida, su hija Pennele. En la década de 1950, Perriand se convirtió en una figura importante en el mundo del diseño internacional, y trabajó en varios proyectos de alto perfil en todo el mundo. En 1952 fue nombrada Directora de Arte de la compañía de muebles Steph Simon, donde desarrolló una línea de muebles modernos y funcionales que se convirtió en un éxito comercial. En sus últimos años, trabajó conjuntamente con su hijo, la cual había heredado la creatividad e ingenio de su madre.

Falleció en París en 1999, dejando un legado duradero en el campo del diseño y la arquitectura moderna. Su obra y sus ideas continúan inspirando a arquitectos y diseñadores en todo el mundo.

delADYSigner

37

Figura 25 Interior revista DELADYSIGNER

ARTÍCULO | GALARDONADAS

GALARDONADAS

EL TALENTO Y LA DEDICACIÓN DE LAS DISEÑADORAS MÁS INFLUYENTES DE LA INDUSTRIA DEL DISEÑO NO SOLO SON EVIDENTES EN SUS OBRAS MAESTRAS, SINO TAMBIÉN EN LOS NUMEROSOS GALARDONES Y RECONOCIMIENTOS QUE HAN RECIBIDO A LO LARGO DE SUS CARRERAS

EN ESTA SECCIÓN, MOSTRAMOS ALGUNAS DE LAS DISEÑADORAS MÁS REMEMBRADAS Y VISIONARIAS DEL MUNDO



DOROTHY LIEBES
NEIMAN MARCUS FASHION AWARD

Dorothy Wright Liebes (1897-1972) fue una diseñadora textil estadounidense y una de las figuras más influyentes en el desarrollo del diseño textil moderno en Estados Unidos. Liebes fue una de las primeras diseñadoras en experimentar con materiales sintéticos, utilizando fibras de vidrio y plástico en sus diseños, esto demostró su visión innovadora y su habilidad para adoptar nuevas tecnologías en su trabajo que le granjeó el Neiman Marcus Fashion Award entre otros premios. Su obra ha sido exhibida en museos y galerías de todo el mundo, incluyendo el museo de arte moderno de Nueva York y el museo de arte contemporáneo de Chicago. Su legado ha inspirado a varias generaciones de diseñadores, su influencia continúa en la actualidad.

delADYSigner



EUGÉNIE SELLERS STRONG
MEDALLA DE ORO DE ROMA

Eugénie Sellers Strong (1860-1948) fue una destacada arquitecta y diseñadora de interiores estadounidense conocida por su trabajo innovador y su contribución al diseño arquitectónico y de interiores. Durante su carrera, recibió premios y reconocimientos por su trabajo excepcional, fue la primera mujer admitida en la Escuela Británica de Atenas, lo que demuestra su destacada trayectoria. Destaca su labor en la mansión Chatworth por la que fue elogiada y dejó un legado duradero en el diseño arquitectónico y de interiores. Recibió premios y honores en Inglaterra e Italia por su contribución al diseño, como en 1935 cuando recibió la medalla de oro de Roma, demostrando su importancia en la historia del diseño y su impacto en la profesión.

GALARDONADAS



LUCIENNE DAY
GOLD MEDAL IN DESIGN

Désirée Lucienne Lisbeth Dulcie Day (1917-2003) fue la diseñadora textil más importantes de Gran Bretaña, su trabajo ayudó a definir el estilo británico de la posguerra, llevando el diseño imperante al modernismo. Day comenzó a trabajar como diseñadora textil independiente en 1945, sus primeros diseños incluían patrones geométricos abstractos que reflejaban la influencia del modernismo y el cubismo. La colaboración de Day con su esposo, el diseñador de muebles Robin Day, y su trabajo en la creación de muebles y objetos de diseño para el hogar la catapultó a lo más alto de su profesión basándose en mercedos de numerosos premios entre los que se encuentra el Orden del Imperio Británico en 2003 por sus servicios al diseño.

delADYSigner



MARY QUANT
ROYAL DESIGNER FOR INDUSTRY

Barbara Mary Quant (1909-2023) Mary Quant fue nombrada Diseñadora del Año en 1963, un premio otorgado por la Asociación de Diseñadores de Moda de Gran Bretaña. Quant es una diseñadora de moda británica que se destacó por su influencia en la moda juvenil de la década de 1960. Quant es conocida por popularizar la minifalda y el pantalón ajustado, así como por su uso de colores vibrantes y diseños gráficos. Su estilo de moda juvenil y divertido reflejaba la actitud cambiante de la época y tuvo un impacto significativo en la moda y la cultura popular. A lo largo de su carrera, ha recibido numerosos premios y honores por su trabajo, incluyendo el Orden del Imperio Británico en 1966 y la Legión de Honor francesa en 2015.



LELLA VIGNELLI
AIGA MEDAL

Lella Vignelli (1934-2016) fue una destacada diseñadora que se centró en el diseño de interiores, muebles y productos. En 1960 junto con su esposo Massimo Vignelli estableció la Oficina de Diseño y Arquitectura Massimo y Lella Vignelli en Milán, donde realizaron encargos de identidad de marca para clientes prominentes como Knoll International, American Airlines y Articoli Plásticos Elettrici y sus diseños eran tan apreciados que abrieron oficinas en Nueva York y París. Lella recibió la Medalla de Oro AIGA en 1982, su trabajo se encuentra en importantes colecciones de museos, como el Museo de Arte Moderno (MoMA), el Centro Pompidou y el Museo Victoria and Albert (V&A). Sus productos siguen siendo tendencia hoy día.

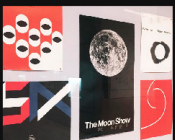
39

Figura 26 Interior revista DELADYSIGNER

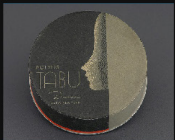
TRABAJOS EJEMPLARES

TRABAJOS EJEMPLARES

PRESENTAMOS UNA SELECCIÓN DE TRABAJOS QUE HAN SIDO ELOGIADOS POR SU CREATIVIDAD, ORIGINALIDAD Y HABILIDAD TÉCNICA EN DIVERSOS CAMPOS DEL DISEÑO



Jacqueline Casey - Posters, Heidi De Vries from Berkeley



Mariana Grancharov "Tab" - Packaging Polvos Tabu maquiage



Josua Francisco Rubio - Conferencia Madrid propaganda



Jane Abele - Affiches Belle Époque de Jane, foto por Franciscouso



Elaine Leung Ockler - Book cover Ideas and Ideas: History, the Middle Ages, the Renaissance, foto por Crossart Library

Figura 27 Interior revista DELADYSIGNER

3.6 LÍNEA EDITORIAL

Una línea editorial es importante en una revista porque establece la dirección que guiará todas las decisiones relacionadas con el contenido y el diseño de la publicación. Sirve como guía para los editores, escritores y diseñadores de la revista, brindándoles una dirección clara sobre qué tipo de contenido se debe incluir y cómo debe ser presentado. De hecho, una línea editorial clara permite dirigir el contenido a un público objetivo claro, el contenido guiado por ella se enfoca en comprender las necesidades e intereses de los lectores. La revista puede ofrecer contenido relevante y atractivo que satisfaga sus expectativas, lo que a su vez puede fomentar la fidelidad de los lectores y atraer a nuevos públicos.

Los artículos seleccionados provienen de la síntesis de toda la información obtenida durante la investigación y con una línea editorial consistente, se agiliza la inclusión de contenido al saber qué incluir.

DeLADYsigner consta de las siguientes secciones fijas:

1. Artículo principal: Aborda el tema principal que trata la revista y por ello es el más extenso. Es relevante para los siguientes números incluir alguna "figura de autoridad", alguien especializado en la temática, para enriquecer todo el artículo.
2. Artículos: Son el grueso de la revista y hablan de distintos temas relacionados con la línea. Debe haber mínimo tres artículos: uno que hable del tema principal, otro que hable del pasado y otro del presente o el futuro. La inclusión de más artículos que aumenten la paginación queda a discreción del diseñador.
3. Galería de imágenes: Llamada "Trabajos ejemplares", es una galería a modo de collage con imágenes de obras de diseño.
4. Entrevista: Una entrevista a una diseñadora actual.
5. Recomendación de lectura: Sección llamada "Publicaciones" donde se pueden encontrar recomendaciones de autoras y sus escritos.

El contenido de deLADYsigner se ha incluido pensando en los valores que quiere transmitir la propia revista: dar visibilidad a las personas, enriquecer la cultura del lector y promover un diálogo sobre la igualdad mediante la comparación indirecta entre hechos pasados y presentes.

3.7 ARTÍCULOS Y CONTENIDO

La construcción de los diferentes artículos de la revista proviene de diferentes fuentes como sitios web, entrevistas y artículos en diferentes plataformas. Aunque en un principio la cantidad de información era mucho mayor, la línea editorial ha permitido que la sintetización del contenido para facilitarlos en ciertos temas haya sido mucho más fácil.

En la bibliografía y webgrafía se definen las fuentes que se han utilizado para cada artículo y sección, es importante dar nombre y reconocimiento a los autores originales del contenido por su enorme labor. Esto ayuda a respaldar los argumentos y mantener la integridad intelectual además de promover la transparencia y el intercambio de conocimientos en una comunidad, ya que un lector puede acceder a la información completa gracias a las citas.

En cuanto a las imágenes y fotografías, se han descargado de diferentes sitios web, los cuales se detallarán en la webgrafía correspondiente:

- Todas tienen licencias CC o son de dominio público, lo que permite su uso en este proyecto.
- Las imágenes de la sección biografías/Hermana Corita Kent han sido cedidas por VEGAP (Visual Entidad de Gestión de Artistas Plásticos) y por Corita Art Center.
- Las fotografías de la entrevista son de producción propia.

Figura 28. Hermana Mary Corita, 1960.
© Corita Kent, VEGAP, Barcelona, 2023



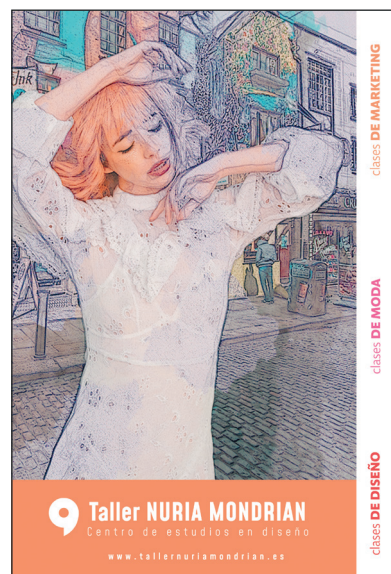
Figura 29. Imagen de Lexica

- Las imágenes del reportaje principal "Artistas y Artesanas" se han descargado de una web que genera ilustraciones por IA, una gran forma de conseguir imágenes que, de otra forma, serían imposibles de obtener. Por ejemplo, el propio artículo trata sobre el s.XIX, lo cual dificulta la obtención de contenido gráfico.

En cuanto a la publicidad, se ha intentado contactar con diferentes centros y empresas para explicarles el proyecto y solicitarles su permiso para usar su logo y marca en el mismo. Las marcas en Sevilla, Estudio Santaella, Artes Gráficas Moreno, BL3D y El gato con arte han accedido a aparecer en la revista. El resto de entidades son ficticias.

Toda la publicidad que aparece en la revista, tanto de marca real como ficticia, ha sido diseñada por mí, las imágenes están en 300 dpi y en CMYK para impresión.

Figura 30. deLADYsign, publicidad ESTUDIO CREATIVO
 Figura 31. deLADYsign, publicidad TALLER NURIA MONDRIAN
 Figura 32. deLADYsign, publicidad CREATIVOACADEMY



3.8 GUÍA DE ESTILO

Una guía de estilo de una revista es un documento que establece las reglas y pautas para la creación de contenido y diseño en la publicación. Esta guía establece una serie de directrices para la escritura, el diseño, la tipografía, la fotografía y otros aspectos importantes de la presentación visual de la revista, a su vez ayuda a mantener la coherencia en la imagen y el mensaje de la revista. También puede incluir instrucciones detalladas sobre el uso de la marca, la selección de colores, la elección de las fuentes, el formato de los títulos y subtítulos, y la organización del contenido.

La guía realizada contiene de forma detallada los puntos 3.2 a 3.7 de esta memoria, así como información relevante en todos los aspectos de la revista, para no saturar a la memoria y como pieza del propio proyecto.

En los ANEXOS de esta memoria se adjunta, además de la revista deLADYsigner y la guía de estilo definida para la revista a desarrollar en este proyecto. Para comenzar, se ha definido el nombre de la marca (deLADYsigner), dándole ya un nombre y una declaración de intenciones al objetivo de la revista. Se han definido tanto los colores representativos como la tipografía que creará la jerarquía de los textos, así como las secciones en las que se mostrará el contenido de la síntesis de información.

Figura 33. Mockup Guía de estilo deLADYsigner
Figura 34. Mockup Guía de estilo deLADYsigner



3.8 MOCKUPS

Un mockup sirve para visualizar y comunicar cómo lucirá el producto final antes de invertir tiempo y recursos en su desarrollo completo proporcionando una representación visual de la idea.

Los mockups son útiles para presentar propuestas a los clientes al mostrarles una versión visual y realista de su producto, pueden tener una mejor comprensión de cómo se verá y funcionará, esto ayuda a generar confianza y a cerrar acuerdos comerciales de manera más efectiva.



Figura 35. Mockup portada, contraportada e interior revista deLADYsigner

4. PRODUCCIÓN

4.1 PRESUPUESTO

Una vez acabados todos los apartados de la etapa de preproducción, se comienza a preparar lo necesario para su producción. El trabajo finaliza cuando se lleva a imprenta y se reparte el producto, seleccionar el tipo de papel, el tipo de cubierta, acabados y adecuar nuestra revista a los pliegos es importante para adecuarse a un presupuesto.

Antes de pedir el presupuesto de impresión y distribución a la empresa de artes gráficas, se define el precio de cada módulo de publicidad para saber de cuanto margen tenemos:

MÓDULO 1. 1/4 página: 99.25€ +IVA
MÓDULO 2. 1/2 página 198.50€ +IVA
MÓDULO 3. pagina completa 397€ +IVA
MÓDULO 4. doble página 794€ +IVA

En base a la publicidad ya incluida en la revista y su precio, se estima que la tirada del primer número de deLADYsigner es de 3000 ejemplares, los cuales son repartidos de forma equitativa entre todas las entidades que participan en la revista.

La empresa nos envía el presupuesto final de la revista, calculado en base a los módulos de publicidad: 4069.25€

En los ANEXOS de esta memoria se adjunta documento con el presupuesto de la imprenta.

Se recuerda que el autor no recibe remuneración por el desarrollo de este proyecto, las marcas han accedido a la compra de publicidad para apoyarlo.

4.2 IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN

Dado que el formato elegido para la revista no es común, se ha contactado con una empresa de artes gráficas para que me asesore. La revista tiene 60 páginas, por lo que se necesitan 5 pliegos de 70×100 para aprovechar completamente el papel y las planchas. Busco que la revista tenga un aspecto elegante y cuidado, además de la maquetación y los elementos gráficos, las características técnicas del formato de impresión son importantes. La elección de los materiales se ha decidido considerando ser económico y tener una producción lo más ecológica posible. He seleccionado un gramaje grueso tanto para la tripa como para la cubierta, el papel de la parte interior tiene un gramaje de 150 g con acabado mate, mientras que la cubierta será de estucado mate de 350 g y estará plastificada en una cara, esto dará a la revista un acabado profesional y atractivo tanto visualmente como al tacto.

Una vez acordado el presupuesto, envió el documento en alta calidad y en CMYK a la imprenta, con la parte interior y la cubierta en documentos separados. No es necesario convertir los textos en trazados antes de exportar el archivo a PDF desde Adobe InDesign. Al utilizar la configuración de "Alta calidad de impresión", los textos se incorporarán al archivo PDF como objetos de texto editables, lo que permite que la imprenta realice ajustes o modificaciones necesarias en los textos si es necesario. Si se convierten los textos en trazados, los caracteres se convertirían en formas vectoriales y perderían su capacidad de edición. Sin embargo, si deseas mantener la tipografía específica utilizada en el diseño, es importante asegurarse de que la fuente esté incrustada correctamente en el archivo PDF.

Se ha utilizado el perfil de color "Coated FOGRA39", que está diseñado específicamente para su uso en impresión offset y se basa en los estándares ISO y en condiciones controladas de iluminación y visualización. Este perfil garantiza una reproducción precisa de los colores y un alto nivel de consistencia en la impresión.

4.3 DISTRIBUCIÓN

Se acuerda con la empresa de artes gráficas los servicios de distribución de los ejemplares a las 11 marcas y centros, el precio viene incluido con la impresión y con una página completa de publicidad a la propia imprenta. Los diferentes centros se encargarán de distribuirlos a sus clientes e interesados.

5. CONSENTIMIENTO

Las imágenes y fotografías utilizadas, como se explicó anteriormente, se obtuvieron de sitios web como Wikipedia, CC Search y Flickr, donde se puede encontrar contenido libre de derechos de autor o con licencias CC que permiten su uso en un proyecto de esta categoría. Otras imágenes requirieron comunicación con centros o marcas para solicitar su permiso.

Las imágenes utilizadas en la sección de BIOGRAFÍAS dentro de la revista, relacionadas con la Hermana Corita Kent, requirieron licencias de uso. Para ello, me he puesto en contacto con el Corita Kent Center en Los Ángeles por correo electrónico, ellos gestionan las licencias a través de la entidad Artists Rights Society y me han remitido a VEGAP (Visual Entidad de Gestión de Artistas Plásticos), administradores de las licencias en España. Les he explicado el proyecto del TFG por correo electrónico y Ana G., del departamento de licencias, se ha puesto en contacto conmigo por teléfono. Posteriormente, me ha enviado la información que se debe incluir al pie de foto, certificando el consentimiento de la licencia.

El logotipo y nombre de la empresa Estudio Santaella fueron cedidos por el diseñador de la marca, Juanma Santaella. Después de explicarle el proyecto por correo electrónico, me ha otorgado su permiso.

El logotipo y nombre de la marca BL3D fueron cedidos por mi compañero de trabajo José Baltasar, propietario de la marca. Después de explicarle el proyecto, me ha dado su consentimiento verbal.

El logotipo y nombre de la empresa El gato con arte son cedidos por mi amiga y exprofesora de arte Auxiliadora López, copropietaria de la empresa junto con su compañera Sofía Rider, ambas exprofesoras de la Escuela de Arte de Sevilla. Después de explicarles el proyecto, me han dado su consentimiento verbal.

El logotipo y nombre de la marca enSevilla son cedidos por mi familiar Dolores Fernández, propietaria de la marca. Después de explicarle el proyecto, me ha dado su consentimiento verbal.

El logotipo y nombre de Artes Gráficas Moreno son cedidos por mi familiar Valentín Trinidad, propietario de la marca. Después de explicarle el proyecto, me ha dado su consentimiento verbal.

6. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el proyecto, valoro todo el proceso de trabajo, desde la concepción de la idea hasta la finalización del mismo y como observación general, puedo afirmar que el resultado final ha sido satisfactorio. Desde el principio del TFG, he tenido más o menos definida la idea de qué hacer, tanto el formato como la temática: una revista para dar visibilidad a las mujeres en el diseño, idea que surge a raíz de las historias compartidas por compañeras y familiares que trabajan en diferentes ámbitos del diseño. En este proyecto, he tenido la oportunidad de poner en práctica la mayor parte de los conocimientos adquiridos durante el grado de Diseño y Creación Digital y personalmente, ha resultado ser toda una experiencia.

Anteriormente, ya había realizado proyectos de diseño editorial pero nunca de esta envergadura, especialmente por el proceso de documentación, que puede resultar bastante ambicioso cuando los objetivos no están claros desde el principio. La labor de documentación me ha permitido conocer y profundizar en la temática, desconocía mucho de lo que he llegado a leer, lo que me ha permitido comprender cómo las mujeres han desafiado estereotipos de género desde hace mucho tiempo y lo más importante, me ha permitido forjar mis propias opiniones. Además, me ha resultado muy interesante investigar acerca del diseño editorial y su importancia, me ha sorprendido no encontrar tanta información como esperaba y la que sí se encuentra se centra más en lo funcional que en lo estético, dejando la parte más gráfica a los elementos y a la composición.

Algo que me ha costado mucho es tener un planning funcional, aunque el proyecto no ha dejado de avanzar desde el primer día, la cantidad de información, administración y diseño que había que hacer me impedía realizar un planning claro. A pesar de que el trabajo se ha entregado completo y a tiempo, es algo en lo que debo mejorar en el futuro y este TFG ha sentado las bases para ello.

Me pareció interesante que la revista solo tuviera formato físico, si algo me ha enseñado la investigación y el benchmarking realizados, es que el formato físico es capaz de transmitir mucho más que uno digital. La experiencia de consumir un producto editorial no se limita a lo visual; el tacto, el gramaje, el peso, los colores impresos, los acabados e incluso el olor a papel transmiten una serie de sensaciones al usuario que no se pueden obtener de forma digital. También me gustó la idea de sacar una revista sin ánimo de lucro, simplemente por el gusto de aportar mi granito de arena al sector, dando visibilidad a empresas y centros tanto grandes como pequeños que también buscan participar con lo que pueden y apoyar la causa tratada en la revista.

En definitiva, estoy satisfecho con el trabajo realizado, aunque bien no es perfecto, siempre hay margen de mejora y siempre queda algo por aprender, es una base disfrutable desde la que partir.

7. BIBLIOGRAFÍA/WEBGRAFÍA

WEBS

- Arts and Crafts Movement – When Women United in Creativity | Widewalls. (s. f.). <https://www.widewalls.ch/magazine/arts-and-crafts-movement-women-artists>
- Colaboradores de los proyectos Wikimedia. (2007, 18 de enero). Evelyn De Morgan – Wikipedia, la enciclopedia libre. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Evelyn_De_Morgan
- Colaboradores de los proyectos Wikimedia. (2007, 18 de enero). Evelyn De Morgan – Wikipedia, la enciclopedia libre. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Evelyn_De_Morgan
- Colaboradores de los proyectos Wikimedia. (2008, 19 de diciembre). Watts Cemetery Chapel – Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Watts_Cemetery_Chapel
- Guild of Handicraft (1888–1907) | BIFMO. (s. f.). BIFMO. <https://bifmo.furniturehistorysociety.org/entry/guild-of-handicraft-1888-1907>
- Rus, C. (2018b). Hartmut Esslinger, el genio que en los 80 trazaba el camino a seguir en el diseño de producto de Apple. Applesfera. <https://www.applesfera.com/curiosidades/hartmut-esslinger-el-genio-que-en-los-80-trazaba-el-camino-a-seguir-en-el-diseno-de-producto-de-apple>
- Contributors to Wikimedia projects. (2004, 3 de diciembre). Emotional Design – Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Emotional_Design
- Infobae. (2018b, octubre 4). Patricia Urquiola, la diseñadora de la década: «Hay que recuperar los valores de lo artesanal». infobae. <https://www.infobae.com/tendencias/deco-design/2018/10/04/hay-que-recuperar-los-valores-del-mundo-artesanal-patricia-urquiola-la-disenadora-de-la-decada/>
- Bigman, A., & Bigman, A. (2018b, marzo 10). Get to know Paula Scher, titan of postmodern design. 99designs. <https://99designs.com/blog/famous-design/paula-scher-titan-of-postmodern-design/>
- Incis. (2019b, mayo 22). Diseño emocional: eventos y diseños singulares Connections By Finsa. Connections By Finsa. <https://www.connectionsbyfinsa.com/disen-emocional-eventos-y-disenos/>
- Architects, B. S. O. (2019b, mayo 29). Biology: Neri Oxman, natural selection. Boston Society for Architecture. <https://www.architects.org/es/stories/material-witnesses-1-1-1>
- Pelosi, C. (2022b, junio 4). "Open a design history book, almost all the famous designers are white men" – A talk with Jessica Walsh. DesignWanted. <https://designwanted.com/interview-jessica-walsh/>
- Jlevack. (s. f.). Dorothy Liebes – Berwick Weaving Company. Berwick Weaving Company. <https://berwickweaving.com/tag/dorothy-liebes/>
- Contents, W. (2021, 9 marzo). Lina Bo Bardi wins Special Golden Lion Award in Memoriam in Venice Architecture Biennale. World Architecture Community. <https://worldarchitecture.org/architecture-news/egngf/lina-bo-bardi-wins-special-golden-lion-award-in-memoriam-in-venice-architecture-biennale.html>
- Robin and Lucienne Day Foundation. (s. f.). <http://www.robinandlucienneydayfoundation.org/>
- Colaboradores de los proyectos Wikimedia. (2021, 6 de marzo). Eva Zeisel – Wikipedia, la enciclopedia libre. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Eva_Zeisel
- About Cipe — CIPE PINELES. (s. f.). CIPE PINELES. <https://www.cipepineles.com/about-cipe>
- Paton, E. (2023, 13 abril). Mary Quant: A Life in Photos. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2023/04/13/style/mary-quant-photos.html>

- Zukowsky, J. (2023, 2 mayo). Zaha Hadid | Biography, Buildings, Architecture, Death, & Facts. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Zaha-Hadid>
- Susan Kare – User Interface Graphics. (s. f.). <http://kare.com/>
- Colaboradores de los proyectos Wikimedia. (2018, 12 de junio). Louise Fili – Wikipedia, la enciclopedia libre. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Louise_Fili
- Colaboradores de los proyectos Wikimedia. (2021b, 16 de marzo). Eugénie Sellers Strong – Wikipedia, la enciclopedia libre. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Eugénie_Sellers_Strong
- Museum, W. –. C. A. G. &. (s. f.). Arts and Crafts designers: May Morris – The Wilson – Cheltenham Art Gallery & Museum. The Wilson – Cheltenham Art Gallery & Museum. <https://www.cheltenhammuseum.org.uk/collection/arts-and-crafts-designers-may-morris/>
- Sourtech. (2021, 26 octubre). May Morris, ícono del del movimiento artístico inglés de principios del Siglo XX. Innovadoras. <https://www.lasinnovadoras.com/resenas/may-morris-icono-del-movimiento-artistico-ingles-principios-siglo-xx-n309>
- Eileen Gray: an architect and designer you should know | Blog | Royal Academy of Arts. (s. f.). <https://www.royalacademy.org.uk/article/eileen-gray-architect-designer>
- Charlotte Perriand 1903–1999. (2015, 25 abril). un día | una arquitecta. <https://undiaunaarquitecta.wordpress.com/2015/04/25/charlotte-perriand-1903-1999/>
- Henneberger, M. (2012, 20 junio). Before there were “nuns on a bus,” there was Sister Corita Kent. Washington Post. https://www.washingtonpost.com/blogs/she-the-people/post/before-there-were-nuns-on-a-bus-there-was-sister-corita-kent/2012/06/19/gJQAVJU50V_blog.html
- Corita Kent, una monja artista – Cultura Colectiva. (2023, 18 marzo). Cultura Colectiva. <https://culturacolectiva.com/arte/corita-kent-una-monja-artista/>
- Moviefan. (2020, 2 julio). Representation of Women in Advertising, 1950's- Present. RTF Gender and Media Culture. <https://rtfgenderandmediaculture.wordpress.com/2020/07/02/representation-of-women-in-advertising-1950s-present/>
- Croud. (2020, 11 marzo). From then to now: Women in advertising – Croud. Croud. <https://croud.com/blog/from-then-to-now-women-in-advertising/>
- Bertran, J. (2022, 5 octubre). Así nació el movimiento #MeToo: un artículo periodístico y un tuit. elperiodico. <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20221005/me-too-movimiento-cuando-nacio-como-tuit-articulo-76224737>
- Huacuz, F. (2020, 4 marzo). Carteles y diseño gráfico para ilustrar el feminismo. All City Canvas. <https://www.allcitycanvas.com/carteles-y-diseno-grafico-para-ilustrar-el-feminismo/>
- Comunicación. (2022). Arte político: Un taller para la visibilización de la situación actual de la mujer con discapacidad. Fundación Lesionado Medular. <https://www.medular.org/guerrilla-girls-flm/>
- Colaboradores de Wikipedia. (2022b). Barbara Kruger. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Barbara_Kruger
- Panel, E. (2022, 15 julio). 11 Brands That Successfully Model Diverse And Inclusive Advertising. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2022/07/15/11-brands-that-successfully-model-diverse-and-inclusive-advertising/>
- Diseñadoras Gráficas. (2023, 16 abril). Ellen Lupton • Diseñadoras Gráficas. <https://diseñadorasgraficas.com/archivo/ellen-lupton/>
- Jessica Hische – Home. (s. f.). <https://jessicahische.is/>

ARTÍCULOS

- Callen, A. (1984). Sexual Division of Labor in the Arts and Crafts Movement. *Woman's Art Journal*, 5(2), 1–6. <https://doi.org/10.2307/1357958>
- Thomas. (2020). Between Art and Commerce: Women, Business Ownership, and the Arts and Crafts Movement. *Past & Present*, 247(1), 151–196. <https://doi.org/10.1093/pastj/gtzo71>
- Winter, R. W. (1975). The Arts and Crafts as a Social Movement. *Record of the Art Museum, Princeton University*, 34(2), 36–40. <https://doi.org/10.2307/3774439>
- Darling, E. (2004). [Review of Charlotte Perriand: An Art of Living; Erno Goldfinger: The Life of an Architect, by M. McLeod & N. Warburton]. *Journal of Design History*, 17(4), 419–422. <http://www.jstor.org/stable/3527006>
- King, L. (2016). [Review of Eileen Gray: Her Work and Her World, by J. GOFF]. *The Canadian Journal of Irish Studies*, 39(2), 271–273. <http://www.jstor.org/stable/44160376>

LIBROS

- Dondis, D. (1976). La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. En Gustavo Gili eBooks. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/222>
- DEL ROSARIO GUTIÉRREZ, M., MONSALVE, M., & RESTREPO, M. (2017). Diseñar conlleva una triple responsabilidad: con los otros, con el tema, consigo mismo. In *Desde el taller: 32 notas para la enseñanza y el aprendizaje del diseño gráfico* (1st ed., pp. 38–42). Universidad Jorge Tadeo Lozano. <https://doi.org/10.2307/j.ctvc5pcgw.8>
- Froissart, P. (2002). Yolanda Zappaterra. Digital Lab : Design éditorial. HAL (Le Centre pour la Communication Scientifique Directe). <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03751440>

8. APÉNDICE DE IMÁGENES

MEMORIA

Figura 1. Imagen de Bing create <https://www.bing.com/images/create?FORM=GENILP>

Figura 2. Imagen de Bing create <https://www.bing.com/images/create?FORM=GENILP>

Figura 3. Portada revista TAPAS, marzo 2015 <https://www.tapasmagazine.es/categorias/portadas/page/5/>

Figura 4. Portada revista TAPAS, marzo 2015 <https://screwitimfierce.wordpress.com/2014/09/01/cover-roundup-the-best-of-the-rest-september-2014/>

Figura 5. Portada revista SQUIRE, mayo 1969 <https://www.ersilias.com/portadas-revistas/>

Figura 6. Portada revista LIFE, diciembre 1953 <https://www.originallifemagazines.com/product-category/life-magazines/life-magazines-1950s/life-magazines-1953/page/2/>

Figura 7. Portada revista THE NEW YORKER, Jack Hunter, julio 2013 <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/cover-story-bert-and-ernies-moment-of-joy>

Figura 8. Portada revista THE GENTLEWOMAN, Terry Richardson, Otoño/invierno 2012 <https://www.thecut.com/2012/09/angela-lansbury-covers-the-gentlewoman.html>

Figura 9. Portada revista TIMES, diciembre 2008 https://elpais.com/sociedad/2008/12/17/actualidad/1229468405_850215.html

Figura 10. interior revista VEIN, abril 2001 <https://vein.es/producto/vein1-digital/>

Figura 11. interior revista ROLLING STONES, junio 2021 <https://www.behance.net/gallery/123795559/Diseno-editorial-Revista-Rolling-Stone>

Figura 12. Portada revista EXPERIMENTA, n.80 <https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/el-numero-80-de-experimenta-ya-esta-aqui-buen-diseno-para-pasar-el-invierno/>

Figura 13. interior revista EXPERIMENTA, n.80 <https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/el-numero-80-de-experimenta-ya-esta-aqui-buen-diseno-para-pasar-el-invierno/>

Figura 14. interior revista EXPERIMENTA, n.80 <https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/el-numero-80-de-experimenta-ya-esta-aqui-buen-diseno-para-pasar-el-invierno/>

Figura 15. Portada revista VEIN, n.4 <https://vein.es/vein4-con-arvida-bystrom/>

Figura 16. interior revista VEIN, n.4 <https://vein.es/producto/vein-no-4-digital-pdf/>

Figura 17. interior revista VEIN, n.1 <https://vein.es/producto/vein1-digital/>

Figura 18. Portada revista GRAFIK, n.181 <https://www.amazon.co.uk/Grafik-181-Magazine-Graphic-Design/dp/Boo4NMABVY>

Figura 19. interior revista GRAFIK, n.188 <http://mwmgraphics.blogspot.com/2011/02/featured-grafik-magazine-188.html>

Figura 20. interior revista GRAFIK, n.188 <http://mwmgraphics.blogspot.com/2011/02/featured-grafik-magazine-188.html>

Figura 21. Portada revista SLANTED, n.40 <https://www.slanted.de/product/slanted-magazine-40-experimental-type/>

Figura 22. interior revista SLANTED, n.37 <https://www.slanted.de/product/slanted-magazine-37-ai/>

Figura 23. interior revista SLANTED, n.37 <https://www.slanted.de/slanted-magazine-37-ai/>

Figura 24. Interior revista DELADYSIGNER, trabajo propio

Figura 25. Interior revista DELADYSIGNER, trabajo propio

Figura 26. Interior revista DELADYSIGNER, trabajo propio

Figura 27. Interior revista DELADYSIGNER, trabajo propio

Figura 28. Hermana Mary Corita, 1960. © Corita Kent, VEGAP, Barcelona, 2023

Figura 29. Imagen de Lexica

Figura 30. deLADYsigner, publicidad ESTUDIO CREATIVO, trabajo propio

Figura 31. deLADYsigner, publicidad TALLER NURIA MONDRIAN, trabajo propio

Figura 32. deLADYsigner, publicidad CREATIVOACADEMY, trabajo propio

Figura 33. Mockup Guía de estilo deLADYsigner, trabajo propio

Figura 34. Mockup Guía de estilo deLADYsigner, trabajo propio

Figura 35. Mockup portada, contraportada e interior revista deLADYsigner, trabajo propio

REVISTA

El grueso de las imágenes de la revista pueden verse en el interior de la contraportada, una zona reservada para los créditos, no se ha incluido en esta memoria para evitar la sobredimensión de la misma.

Las imágenes usadas para hacer la publicidad provienen de webs libre de derechos y de necesidad de atribución como Pexels, Pixabay y Freepik.

9. ANEXOS

ANEXO 1. PRESUPUESTO DE IMPRENTA



Avda. Esperanza de la Trinidad, 5 - Bloque 6 - 2º B • 41003 Sevilla
646 70 12 89 • valentintrinidad@movistar.es

PRESUPUESTO	2023/112
FECHA	mayo 2023

CLIENTE
<p>D. Sergio Romero Fernández Plaza de Monasterio 2-A1 41008 Sevilla</p>

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNIDAD	TOTAL
3.000	<p>Ejemplares con 60 páginas de interior impresos 4/4 tintas sobre estucado mate de 150 grms. + cubierta impresa 4/4 tintas sobre estucado mate de 350 grms. Encuadernación con cola pur.</p> <p>Portes pagados en Sevilla capital.</p> <p>Atte. </p>		4.069,25.-
	Este presupuesto se verá incrementado en un 21% I.V.A.		

VALENTÍN TRINIDAD MIER • 28.471.309 T

