

CREACIÓ D'UNA REVISTA D'IL·LUMINACIÓ : SPOTLIGHT

Milena Rosés Lloret
Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
Grau de Disseny gràfic i creacions digitals
Treball Final de Grau
Segon semestre 2023

The following bachelor thesis is focused on the conceptualization and materialization of a magazine specialized in architectural lighting design.

Spotlight is a magazine that was born from the need of a more rigorous and higher quality publication in the lighting sector. It has the intention to highlight the importance of light and lighting, either in large-scale projects of architectural interest, as projects of a more domestic nature but equally important in the current socio-cultural environment, with the main goal of becoming a reference magazine for its technical, visual and graphic value.

The magazine aims to give visibility to alternative actions and new practices in the world of lighting, as well as, based on practical cases of architectural projects, detailing their technical, conceptual and technological aspects, providing valuable and relevant information to readers.

This document describes the work process carried out to design the first number of the editorial, specifying all the phases involved, from initial conceptualization phases (where the market and competition have been researched and analyzed) to brand development and identity of the magazine, as well as the process of designing the final product.

Keywords: Editorial design, social design, magazine, light, design, lighting designer, architecture.

El següent document compren la memòria realitzada pel TFG (Treball de final de grau) de l'alumna Milena Rosés, realitzat el primer semestre de l'any 2023 dins el Grau de disseny i Creacions digitals de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

La present memòria, detalla tot el procés involucrat en la realització del projecte, des del plantejament de la proposta, passant per les diferents fases de realització, fins a l'execució d'un prototip final del producte, en aquest cas, una revista especialitzada d'il·luminació arquitectònica anomenada Spotlight.

FASE 1 BRÍFING	5	FASE 3 IDEACIÓ	41	CONCLUSIONS	
1.1 INTRODUCCIÓ	6	3.1 DESENVOLUPAMENT MARCA	42	Desenvolupament Inicial	91
1.2 DEFINICIÓ	7	3.1.1 Concepte i estratègia	43	Finals	92
1.3 OBJECTIUS	8	3.1.2 Línia estètica	44	BIBLIOGRAFIA	93
1.4 METODOLOGIA	9	3.1.3 Moodboard	45	ANNEXOS	98
1.5 PLANIFICACIÓ	13	3.1.4 Investigació Logotip	46	1. Entrevista a Esther Torelló	
		3.2 MANUAL D'IDENTIAT	53	2. Enquesta - públic revista il·luminació	
FASE 2 INVESTIGACIÓ	17	3.3 ESTRUCTURA & SECCIONS	77		
2. ANÀLISI & INVESTIGACIÓ		3.3.1 Definició i justificació seccions	78		
2.1 Benchmarking Competència	18	3.3.2 Defnició "planillo"	80		
2.2 Anàlisi gràfic Revistes Relacionades	31	3.4 FORMAT & IMPRESSIÓ	82		
2.3 Tendències gràfiques 2023	38	3.4.1 Marges	83		
2.4 Públic objectiu & User Persona	39	3.4.2 Mides	84		
2.5 Conclusions	40	3.4.3 Columnes	85		
		3.4.4 Retícula	86		
		3.4.5 Composició	87		
		3.4.6 JFitxa Tècnica & Impressió	90		

1.1 | INTRODUCCIÓ

1.2 | DEFINICIÓ

1.3 | OBJECTIUS

1.4 | METODOLOGIA

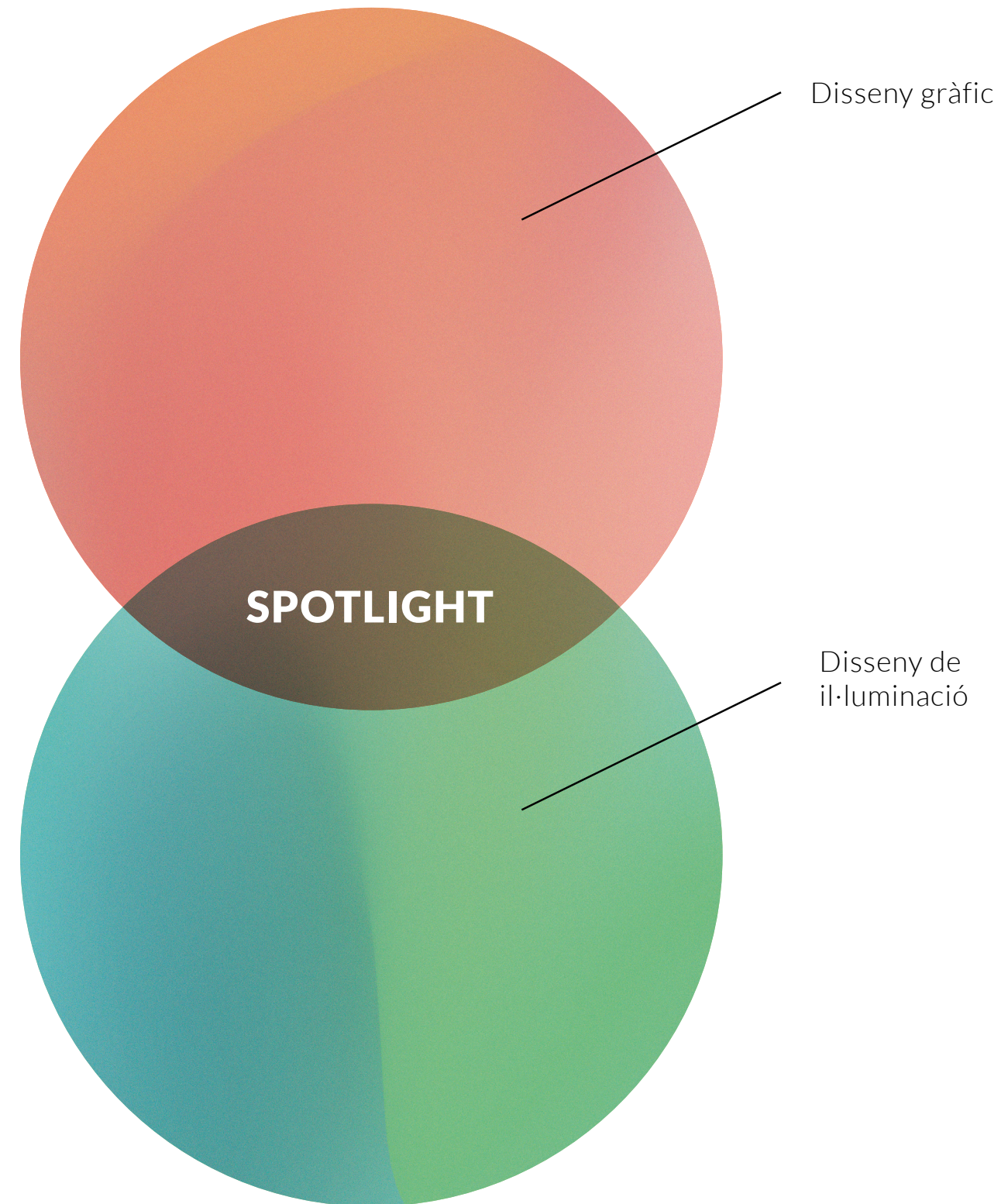
1.5 | PLANIFICACIÓ

Aquest projecte neix a partir de la necessitat de l'autora d'unir els seus dos mons: el disseny gràfic, que li ha ocupat moltes hores els últims anys de la seva vida, i el disseny d'il·luminació d'espais arquitectònics, la seva passió i professió.

Des dels seus inicis en el món de la il·luminació, l'autora va trobar una mancança important en el sector editorial dedicat a aquest tema; hi ha pocs llibres d'informació relacionada (molts d'ells desactualitzats) i la majoria de revistes disponibles, o bé se centren en l'aspecte visual i escenogràfic dels projectes, o bé són altament tècniques, resultant poc atractives i difícils de llegir fins i tot per un públic especialitzat.

D'altra banda, però, el sector de la il·luminació avança molt de pressa, i la informació que es pot trobar queda ràpidament desactualitzada. És per aquest motiu que és tan rellevant la creació d'una revista especialitzada que es publiqui amb regularitat i que no només mostri projectes, sinó que centri el seu interès en la tècnica, l'execució i la tecnologia associada a cada un d'ells. Ampliant així, coneixements als professionals i els lectors interessats en la llum, d'una manera visualment atractiva però alhora altament formativa.

Spotlight pretén convertir-se, d'aquesta manera, en una revista de referència dins el sector, que aporti valor i interès a nivell tècnic, visual i gràfic.



Spotlight és un projecte editorial que se centra en el disseny i publicació d'una revista trimestral especialitzada en il·luminació arquitectònica.

A partir d'una estètica molt marcada i fàcilment reconeixible, a través dels seus diferents números, es pretén crear una publicació de referència en el sector, on a partir de casos pràctics de projectes arquitectònics, es detallin els seus aspectes tècnics, conceptuals i tecnològics aportant informació valuosa i rellevant als lectors.

El target principal al qual es dirigeix la revista, és un públic molt especialitzat i amb alts coneixements dins la temàtica (possiblement professionals del sector). Així i tot, no es vol caure en els tecnicismes creant una revista feixuga i poc visual, ans al contrari, l'objectiu de la revista és ser el més visual i clara possible, respectant una línia editorial neta i sense floritures, que propiciï la difusió de la cultura de la llum més enllà dels mateixos professionals d'il·luminació, arribant a estudis d'arquitectura o de disseny d'interiors.

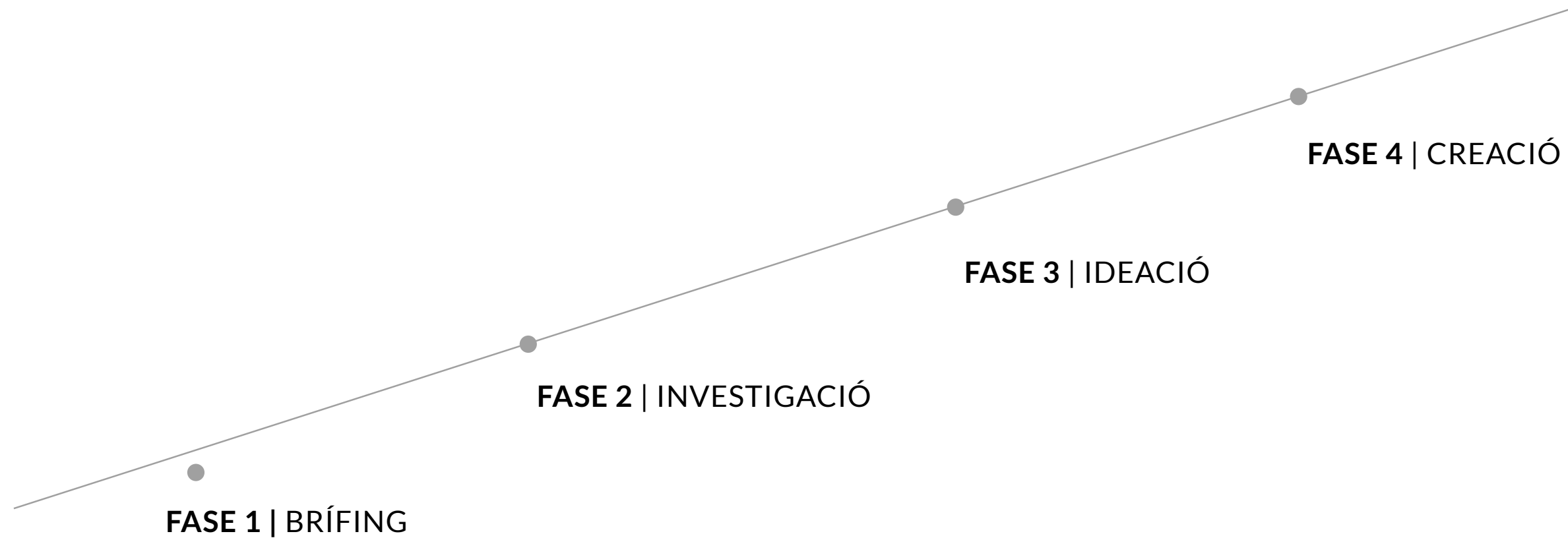
La revista Spotlight té la intenció de posar en rellevància la importància de la llum i la il·luminació, tant de projectes de gran envergadura i interès arquitectònic, com projectes de caràcter més domèstic però igualment importants en l'àmbit sociocultural actual.

L'objectiu principal d'aquest projecte és la creació d'una revista de referència en el sector de la il·luminació arquitectònica, que tingui un alt component gràfic (maquetació i estètica cuidada, així com una línia gràfica molt reconeixible) alhora que aporti informació de valor als seus lectors, tan professionals especialitzats com d'altres professionals vinculats al sector.

A partir dels coneixements apresos al llarg del grau es pretén aconseguir una publicació professional, que es podria trobar en qualsevol llibreria o estudi d'arquitectura i il·luminació com a revista de qualitat i referència (pel que fa a contingut i estètica). Una revista actual que serveixi per conèixer les novetats projectuals i tecnològiques alhora que es pugui consultar fàcilment com a guia de bones pràctiques.

La il·luminació és un àmbit a vegades oblidat, o l'últim a considerar-se en molts projectes, però que té repercussions en la vida de les persones i organismes en molts nivells (ambientals, socials, sostenibles, repercussions en la salut...). És per aquest motiu que una bona educació i bones pràctiques en el sector són tan importants. Crear contingut de qualitat i accessible per als professionals i el públic interessat, és un dels pilars bàsics d'aquest projecte editorial.

La finalitat principal del projecte, doncs, radica en aplicar tots els coneixements adquirits en el grau de disseny i processos creatius, per a obtenir una revista que promogui la cultura de la llum d'una manera accessible i atractiva. Definint tots els paràmetres i processos com si fos un projecte que realment s'anés a dur a terme.



Un cop concretada la base i la motivació del projecte, així com els seus objectius, és important marcar una metodologia de treball que ens permeti dividir les tasques a desenvolupar en diferents etapes. Aquestes, un cop definides, ens ajudaran a l'hora de formalitzar el projecte d'una manera ordenada i organitzada. Aquesta tasca és especialment rellevant al punt inicial del projecte, ja que sense una pauta a seguir, es fa difícil realitzar una bona planificació de la feina i ser conscient dels temps necessaris per a la seva execució.

Fase 1 | Brífling

S'inicia el projecte amb la primera etapa, on es desenvoluparà de forma detallada el brífling del projecte. En aquest punt es definiran totes les necessitats de la revista així com tota la informació necessària per a dur a terme el projecte. Tanmateix, s'intentarà desgranar al màxim totes les tasques que componen les diferents fases del projecte i s'organitzaran en un calendari per tal de tenir una planificació amb la qual guiar-nos de manera clara i visual.

En aquesta fase es definiran els següents punts:

> **Títol de la revista**

Definir un naming per a la revista i el projecte.

> **Introducció**

En aquest apartat es realitzarà una petita introducció a la raó de ser del projecte.

Argumentant quina és la motivació del projecte i per què es creu rellevant.

> **Definició**

La definició del projecte se centrarà a redactar una breu descripció del concepte de la revista i a qui va dirigida, de manera que qualsevol persona pugui entendre ràpidament els fonaments de l'editorial.

> **Objectius**

En els objectius, es definiran els principals objectius que té la revista

> **Metodologia**

Aquí es determinen les diferents fases del projecte, així com les tasques que les componen per tal de tenir una idea general de cada etapa de la realització de la revista i la seva memòria.

> **Planificació**

En aquesta secció, es realitzarà un diagrama de Gantt, per a ordenar les fases del projecte i marcar-ne els temps de treball dins el calendari.

Fase 2 | Investigació

Una vegada definit el brífling del projecte, i per tal d'aconseguir els resultats marcats en els objectius, s'ha d'iniciar la fase d'investigació, on s'examinarà i s'analitzarà tant a la competència, com les tendències actuals en el món editorial per després extreure'n les pertinents conclusions i comparar-les amb el producte que es vol realitzar: la revista Spotlight. Per tal de fer-ho es duran a terme les tasques següents:

/ **Benchmarking de la competència.**

S'investigarà diferents revistes existents dins el sector de la il·luminació (tant físiques com virtuals) de les quals, s'analitzarà la composició, retícula, estructura, nombre de pàgines, edició i producció, finançament i línia estètica, i es farà un balanç dels aspectes negatius i positius de cada publicació.

/ **Anàlisi gràfic de revistes relacionades**

En aquest apartat s'ampliarà la cerca a sectors relacionats amb el món de la il·luminació, però que ja comptin amb una selecció més àmplia de productes editorials especialitzats. Aquests poden ser: revistes d'arquitectura, revistes d'interiorisme, revistes de disseny.

/ **Anàlisi de les tendències gràfiques 2023**

Dins d'aquest punt es farà un petit repàs a l'actualitat editorial i se n'extrauran conclusions estètiques que poden ser interessants pel nostre projecte. En aquest cas, la cerca no se centrarà únicament en revistes especialitzades en els sectors que ens interessin, però sí en publicacions que ens resultin interessants estèticament.

Fase 3 | Ideació

Finalitzada la fase d'anàlisi, es passarà a la fase d'ideació. En aquesta fase, guiant-nos amb les conclusions extretes de la fase anterior, es definiran les línies gràfiques de la revista dins el branding de la marca, així com la seva estructura i producció. És important definir i acotar els següents punts abans de la fase de creació de la revista, ja que d'aquesta manera es concreten les bases estètiques, conceptuals i formatives del projecte, aplicables a qualsevol número de la revista, donant-li així una continuïtat. Dins de cada tasca, hi haurà una sèrie de punts a desenvolupar que es detallen a continuació:

BRÀNDING

Elaboració d'un petit manual d'identitat de la marca per a futures publicacions o ampliacions a altres àmbits (xarxes socials, pàgina web, llibres...)

/ Part 1 - Introducció

Petita introducció sobre en què consta un manual d'identitat i els seus usos.

/ Part 2 - Elements bàsics

Desenvolupament de tota l'estètica relacionada amb la revista, el naming, la tipografia, la paleta cromàtica, normes d'ús i àrees de respecte...

/ Part 3 - Aplicacions

Mostra de les diferents aplicacions de la marca amb algunes visualitzacions de possibles futures aplicacions de la marca.

/ Part 4 - Autoria i vegència

Per últim es detallarà l'autoria d'aquest manual i se n'especificarà la vigència d'ús.

ESTRUCTURA I SECCIONS

/ Definir el nombre i tipus de seccions

Es determinarà l'estructura principal de la revista, detallant-ne el nombre de seccions i la seva tipologia

/ Definir tipus d'informació associada a cada secció de la revista

Es concretarà el tipus de grafismes i la informació necessària per associada a cada tipus de secció. Avaluar opcions per a la producció S'analitzaran les opcions de producció i es definiran el nombre de pàgines i el tiratge

/ Creació del planillo

Es delimitaran el nombre de pàgines destinades a cada secció, marcant els ritmes de lectura de la revista, confeccionant un esquema visual que ens permeti, amb un simple cop de vista, organitzar la revista segons tipologia de secció.

FORMAT I PRODUCCIÓ

/ Definir format

Es detallarà tota la part tècnica de la revista, el format, els acabats, l'enquadernació...

/ Tècnica d'impressió

A partir de les opcions de producció avaluades anteriorment, s'escollirà una tècnica d'impressió segons què millor s'adeqüi a les necessitats i característiques del projecte.

Fase 4 | Creació

Realitzada la fase d'ideació s'iniciarà la fase de creació de la revista. En aquesta etapa es definirà el cos de la revista (extrapolable a altres números), el seu contingut final, i es prepararà l'art final per a la seva impressió. Aquesta fase es dividirà en les tasques següents:

- Cerca de contingut
- Definició retícula
- Maquetació del primer número
- Preparació de l'art final

Fase 5 | Memòria

La penúltima fase del projecte se centra a recollir tota la informació relativa al projecte en una memòria recopilatòria, on s'exposin tant el procés realitzat com els punts treballats prèviament a la realització de l'art final.

Fase 6 | Defensa

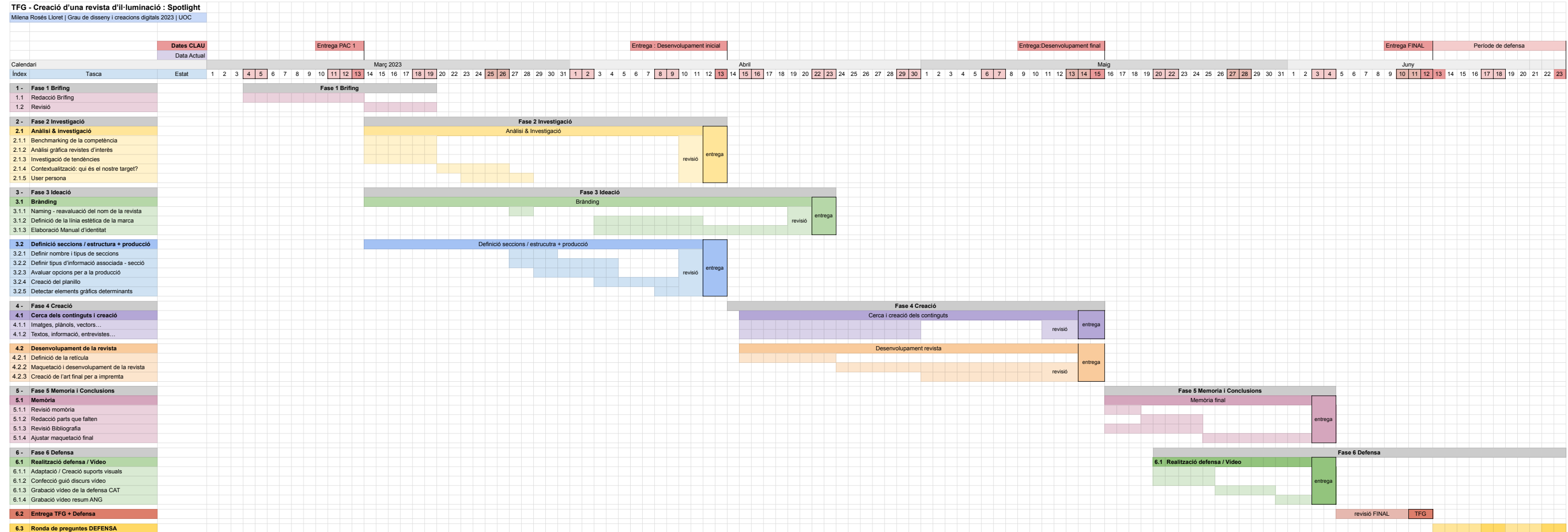
Per a concloure el treball de final de grau, es defensarà el projecte davant d'un tribunal d'experts i s'avaluarà tant la línia de treball al llarg dels mesos de treball com el resultat final de la pròpia revista.

Aquesta defensa constarà de dues parts clau:

- Vídeo de defensa
- Adaptació del material de treball i execució d'un guió per a la realització del vídeo de defensa, així com una versió resumida en anglès.
- Debat amb el tribunal
- Contestar, dins els temps establerts, les preguntes plantejades pel tribunal.

1.5 / PLANIFICACIÓ

PLANIFICACIÓ PER FASES



Aquest projecte té una duració total de tres mesos i mig, des de la fase inicial amb la proposta de TFG a la fase final de la defensa del treball, iniciant-se el 3 de març de 2023 i concluent el 23 de juny de 2023.

El calendari exposat a continuació reflecteix les diferents etapes del projecte, així com les tasques que les componen, i els seus temps d'execució, aportant una visualització clara del procés de treball al llarg del període establert. Aquesta representació és coneguda amb el nom de Diagrama de Gantt, i és molt útil a l'hora de planejar els timings i les fases d'un projecte d'una manera visual.

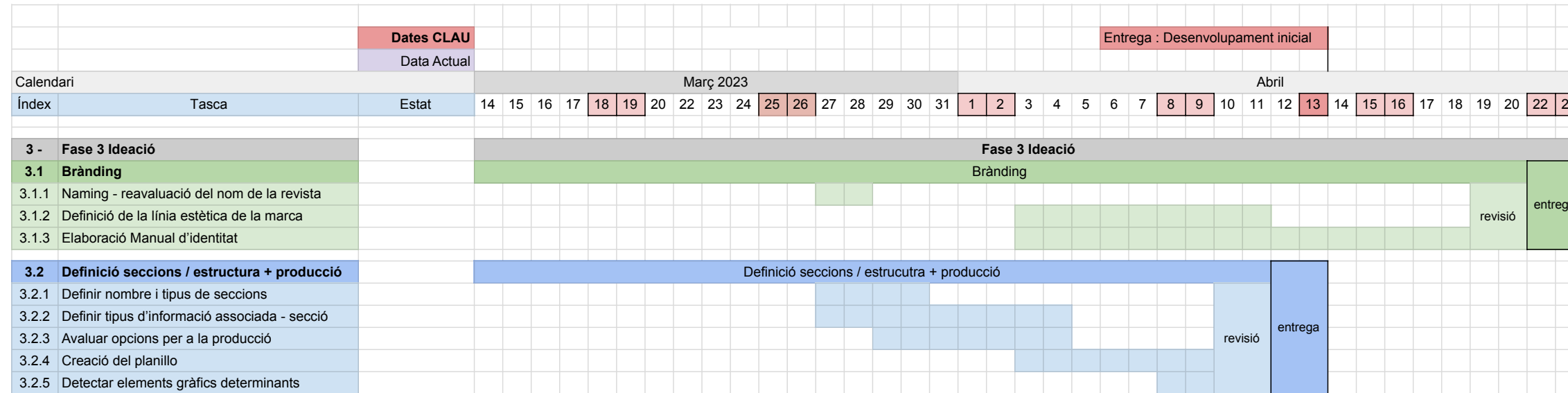
Fase 1 | Brífling

			Dates CLAU																
													Entrega PAC 1						
			Data Actual																
Calendari			Març 2023																
Índex	Tasca	Estat	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1 - Fase 1 Brífling			Fase 1 Brífling																
1.1	Redacció Brífling																		
1.2	Revisió																		

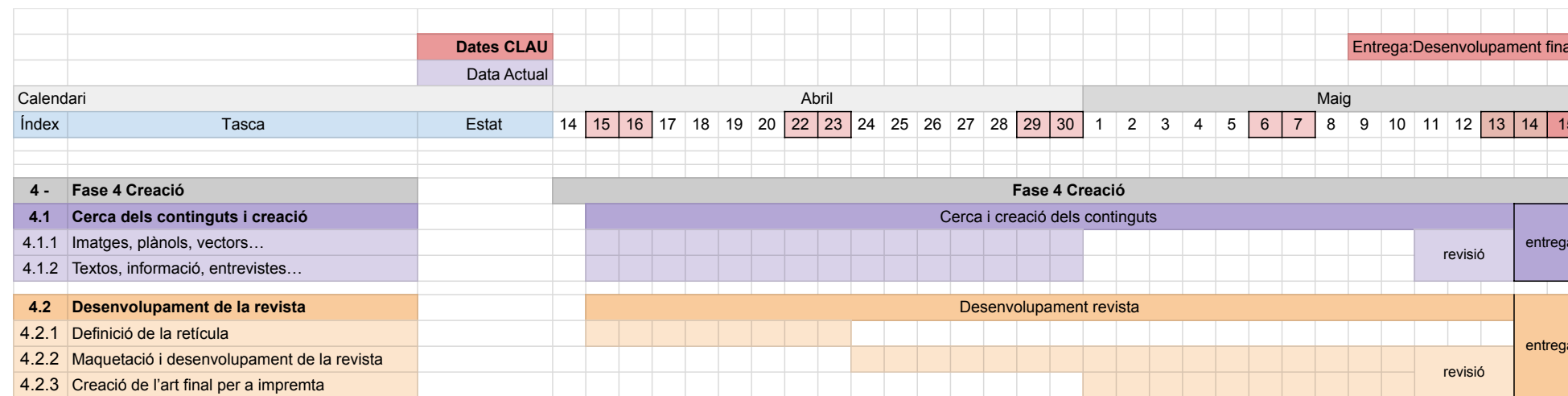
Fase 2 | Investigació

			Dates CLAU																													
																							Entrega : Desenvolupament inicial									
			Data Actual																													
Calendari			Març 2023																	Abril												
Índex	Tasca	Estat	14	15	16	17	18	19	20	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2 - Fase 2 Investigació			Fase 2 Investigació																													
2.1 Anàlisi & investigació			Anàlisi & Investigació																													
2.1.1	Benchmarking de la competència																															
2.1.2	Anàlisi gràfica revistes d'interès																															
2.1.3	Investigació de tendències																															
2.1.4	Contextualització: qui és el nostre target?																															
2.1.5	User persona																															

Fase 3 | Ideació



Fase 4 | Creació



Fase 5 | Memòria i defensa

		Dates CLAU															Entrega FINAL	Període de defensa																						
		Data Actual																																						
Calendari			Maig							Juny																														
Índex	Tasca	Estat	16	17	18	19	20	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
5 -	Fase 5 Memòria i Conclusions		Fase 5 Memòria i Conclusions																																					
5.1	Memòria		Memòria final																																					
5.1.1	Revisió memòria																																							
5.1.2	Redacció parts que falten																																							
5.1.3	Revisió Bibliografia																																							
5.1.4	Ajustar maquetació final																																							
6 -	Fase 6 Defensa		Fase 6 Defensa																																					
6.1	Realització defensa / Vídeo																																							
6.1.1	Adaptació / Creació suports visuals																																							
6.1.2	Confecció guió discurs vídeo																																							
6.1.3	Grabació vídeo de la defensa CAT																																							
6.1.4	Grabació vídeo resum ANG																																							
6.2	Entrega TFG + Defensa																																							
6.3	Ronda de preguntes DEFENSA																																							

2.1 | BENCHMARKING COMPETÈNCIA

2.2 | ANÀLISI GRÀFIC REVISTES RELACIONADES

2.3 | TENDÈNCIES GRÀFIQUES 2023

2.4 | PÚBLIC OBJECTIU & USER PERSONA

2.5 | CONCLUSIONS

2.1 **BENCHMARKING** | REVISTES DE LA COMPETÈNCIA

2.1 REVISTES NACIONALS | FITXES TÈCNIQUES

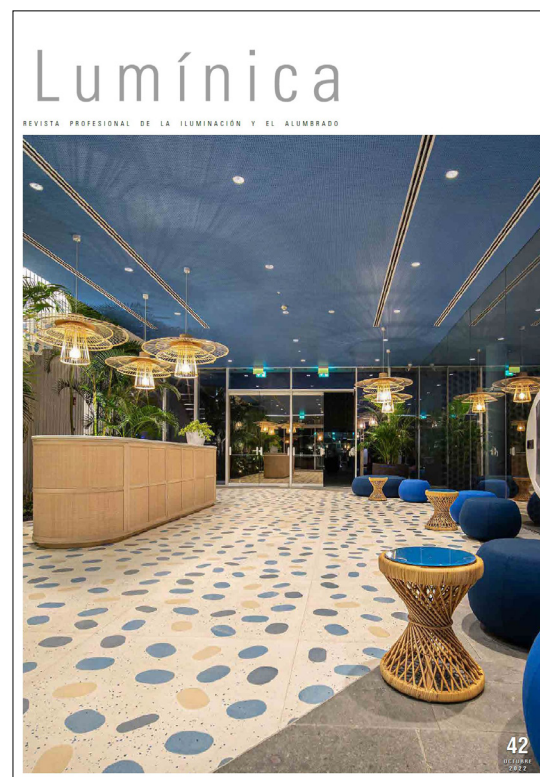


Publicació	Trimestral
Números	37
Pàgines	86
Seccions	Monogràfics
Financiació	Publicitat
Preu	Gratuïta
Impressió	Òfset
Tiratge	7.000
Format	291 x 226 mm

Online Versió web simplificada
Visualització PDF

Descàrrega No

ENLLAÇ REVISTA LIGHTECTURE
<https://www.lightecture.com/revistas/>



Publicació	Semestral
Números	42
Pàgines	75-100
Seccions	3
Financiació	Publi + subscriptors
Preu	40€/biennals
Impressió	Òfset
Tiratge	7.000
Format	A4 (210 x 297mm)

Online Tipo blog
Visualització PDF

Descàrrega Sí

ENLLAÇ REVISTA LUMÍNICA
<https://issuu.com/revistaluminica>



Publicació	Trimestral
Números	46
Pàgines	86
Seccions	8
Financiació	Publi + subscriptors
Preu	36€ anuals
Impressió	Òfset
Tiratge	3.600
Format	230 x 310 mm

Online Glossari revista paper
Visualització PDF

Descàrrega Sí

ENLLAÇ REVISTA ICANDELA
<https://www.interempresas.net/FlipBooks/CN/>



PROS

- Línia gràfica molt marcada
- La faixa fa que no hagi de llegir el nom per saber quina és
- Numeració i títol de la publicació molt clares
- Selecció d'imatges d'alta qualitat i molt estètiques

CONS

- No hi ha la data de publicació
- El fet de posar les imatges a sang i no deixar cap espai en blanc dona un aspecte de revista "glamurosa" més que professional

2.1 LIGHTECTURE | ANÀLISI GRÀFIC

IMATGES - Imatges de gran format en color, alta resolució i qualitat.

PESOS / JERARQUIES - Les imatges predominen per sobre del text. Respecte per l'espai en blanc.

TIPOGRAFIA I TEXTOS - Titulars en una tipografia Serif. Textos ús de tipografia sans serif. El cos dels articles sempre està justificat amb l'última línia alineada a l'esquerra.

ÚS DE COLOR - Únicament en la tipografia per marcar títols, citacions o text a destacar. S'usa el color escollit pel número de la revista (el mateix que la faixa interior).

RETÍCULA - La retícula es manté al llarg de la revista. Aquesta és de dues columnes per pàgina, respectant un marge uniforme en tots els costats de la pàgina.

ESTRUCTURA - Tant el text com les imatges tenen una gran composició estàtica i ordenada. Encara que es trenqui la composició, sempre es té present la retícula, fet que li dona un aspecte equilibrat i estructurat.

PUBLICITAT - Anuncis a pàgina complerta. Coherència gràfica entre el contingut de la revista i els seus anuncis. Les imatges i la maquetació d'aquests és de qualitat.

CAPTURES DE L'INTERIOR



FAIXA PER NOM SECCIÓ / ÍNDEX I EDITORIAL
No cal que sigui el mateix color que la portada, però normalment ho és. Tipografia sempre en blanc

SUMARI (numeració + títol)

SUMARI EN IMATGES (el més destacat)

Sumario
Pasión por la luz

- 08 Bulbo Collection, Lorenzo Antonioni
- 10 VeciC, Maurici Ginés & Víctor Vinayamata
- 12 MORI Building Digital Art Museum
- 18 Skyspace Lech
- 24 Hotel Royal Hideaway Corales Suites
- 30 Restaurante Pura Maguar
- 36 Entrevista a teamLab
- 48 La luz y los sentidos
- 58 #MasMujeres. Un café con Lara Elbau y Chiara Carucci
- 62 Lighting Community: ¿Que se haga la luz?
- 64 El último que apague la luz: Henrik Clausen



CRÈDITS I COPYRIGHT

Editorial
Diseñar para los sentidos



Seguimos con nuestras ediciones monográficas centradas en los distintos aspectos de la iluminación artificial, en esta ocasión nos hemos centrado por un tema más subjetivo: el de la luz y los sentidos.

Los humanos necesitamos de nuestros cinco sentidos para percibir la riqueza del mundo que nos rodea, pero de todos ellos la vista es el que mayor relevancia tiene a la hora de realizar una profesión. Desde que la visión depende de la percepción de luz en el espacio, el diseño de iluminación adquiere un papel protagonista a la hora de crear ambientes experienciales sensoriales.

Las diferentes percepciones sensoriales, como los, tacto, oído, olfato, gusto y visión, generan las diversas arquitecturas sensoriales de una vivienda. Cada percepción es distinta, y cada una que se diseña la luz de un espacio, se tienen diferentes que afectan a los sentidos. Lo general, de la iluminación arquitectónica a los interiores se refiere la luz define para enfatizar, realzar, reducir o eliminar una experiencia o un espacio real concreto, creando que en las instalaciones artificiales a menudo se opta por una luz ligada a otros aspectos sensoriales, buscando crear experiencias y espacios imaginarios.

La primera edición de la revista monográfica de ambienta digital, fue especialmente relevante las instalaciones artísticas del colectivo japonés teamLab, a quien dedicamos nuestra entrevista, así como el laboratorio Maguar que nos ha inspirado para la luz, con la que nos presentamos al público. En la iluminación de interiores, comprendemos cómo el estudio teamLab ha puesto en el momento de la luz, dando la bienvenida al mundo de los sentidos, de igual forma, Clutch nos inspira para generar sensaciones y una experiencia memorable en la arquitectura Royal Hideaway Corales Suites en Sevilla.

En la actualidad, las sofisticadas herramientas tecnológicas y las continuas avances en el diseño, permiten proyectar la sensibilidad de los espacios con gran exactitud y de manera dimensional hasta ahora, lo cual brinda a los diseñadores de iluminación un excelente oportunidad de convertirse en co-creadores de los espacios de hoy y del futuro.



Esther Benito
Directora de Lightecture

IMATGE I NOM DIRECTORA

COS EDITORIAL

COMETES
Deixa entendre que el que es diu és literal, de la revista al públic



- Fàcil lectura i respecte per els espais en blanc
- Jerarquies visuals ben treballades
- Retícula que permet varietat sense sortir de la seva línia
- Publicitat esteticament coherent amb el contingut

- No hi ha cap element que cridi l'atenció per sobre d'un altre
- Tot i buscar ritmes, la revista manté el to en tota l'edició, fet que la pot fer una mica monòtona
- L'acabat de les pàgines (estucat brillant) li resta qualitat



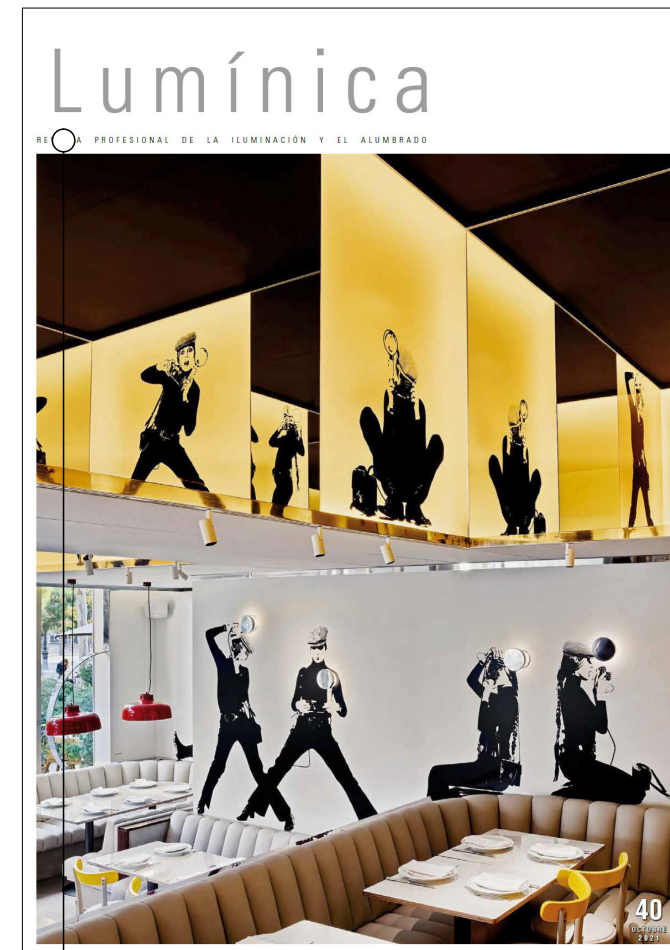
CAPÇELERA EN BLANC
Marge blanc que conté el nom de la revista i la descripció.

MARGES
Marc blanc que enmarca la imatge.



NOM REVISTA
Tipografia en minúscules.
Mida de la font gran, pes regular. Color gris

NUMERACIÓ I EDICIÓ
Número de la revista en blanc, propció petita en comparació a la resta. Situat a la dreta. A sota, data de l'edició.



DESCRIPCIÓ
Text alineat amb la imatge a l'esquerra.
Distància a la fotografia com el marge aprox.
Justificació amb el títol per l'esquerra.

IMATGES DE GRAN FORMAT AMB MARGES

- Marc que enmarca la imatge i ajuda a centrar l'atenció en el nom de la revista
- Visualment ordenada
- Data de publicació

- L'estètica en general es veu antiga
- Qualitat estètica de les imatges questionable
- Descripció de la revista amb una alineació / justificació estranya, que no acaba de agrupar-se visualment amb res

IMATGES - Imatges en color, diferents mides i posicions. De vegades es veu massa que s'han retallat per "encaixar-les" a la retícula. Ús de transparències.

PESOS / JERARQUIES - Les imatges predominen per sobre del text. A un segon nivell hi ha quadres d'aspectes tècnics a destacar, i després el text.

TIPOGRAFIA I TEXTOS - Titulars i textos tipografia sans serif. Text a vegades alineat per la part superior, a vegades l'inferior i altres, sense aparentment alineació.

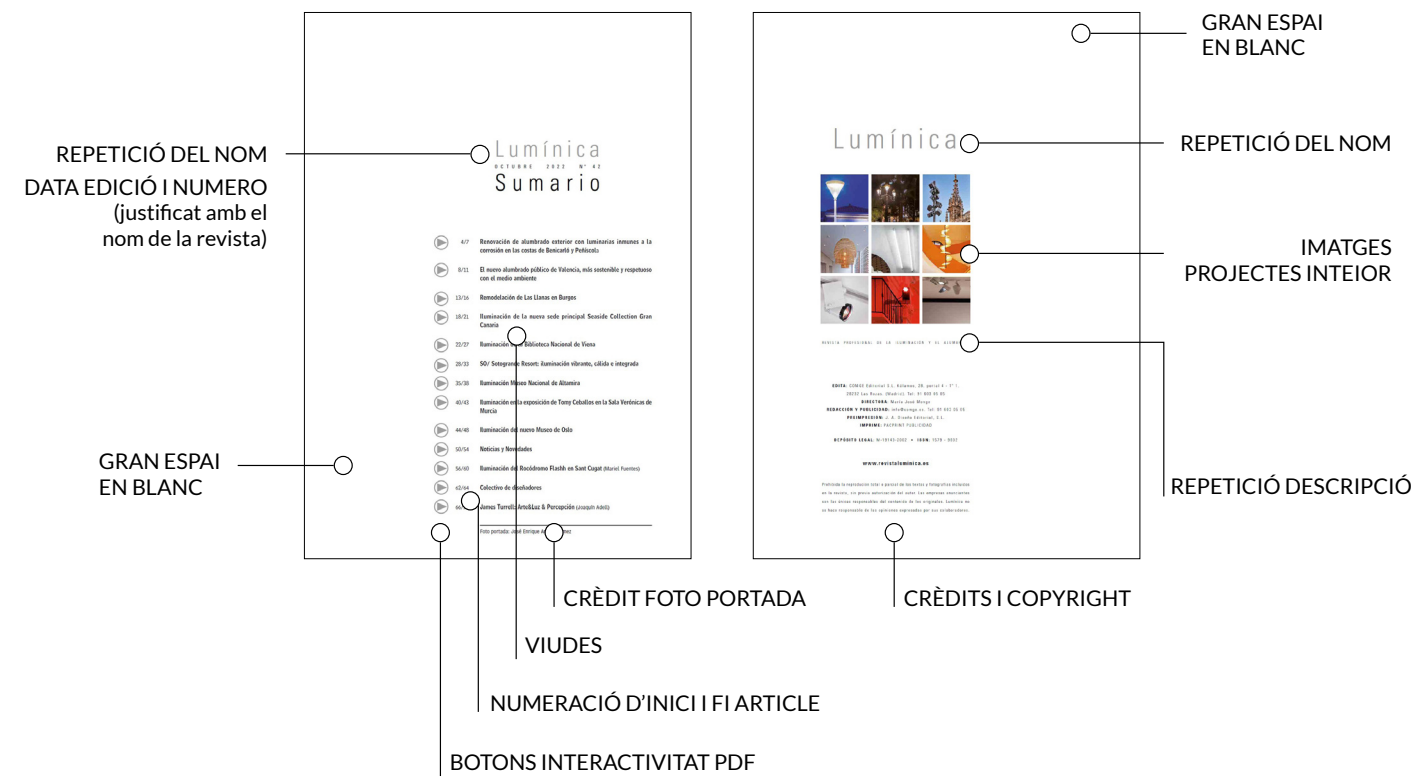
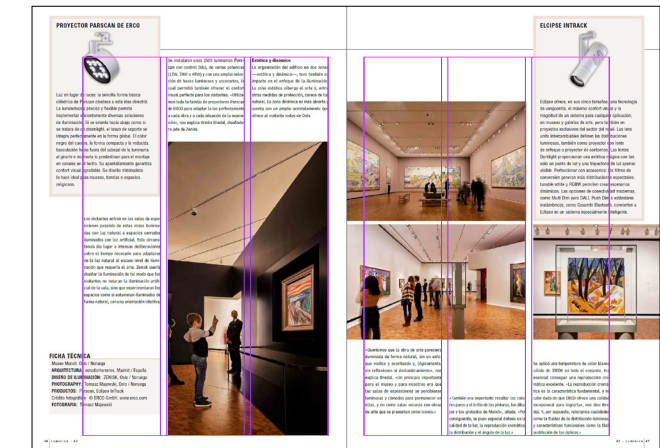
ÚS DE COLOR - S'usa el color per remarcar requadres d'intrès, pel fons d'algunes seccions i pel subratllat característic discontinuo del títols de cada article.

RETÍCULA - Retícula de 3 columnes amb marges no uniformes. El marge superior i lateral esquerra son superiors als altres dos, fet que centra la majoria d'elements a l'interior de la revista. Els marges amples s'utilitzen per trencar la retícula amb els títols, destacats i fitxes tècniques. El cos del text sempre va quadrat amb les columnes. La retícula es manté al llarg de la revista.

ESTRUCTURA - Taques de text aquí a allà o columnes molt estretes. Son elements que fan de la composició inestable i una mica caòtica. L'ull no sap on reposar perquè tota la maquetació és molt dinàmica i inestable.

PUBLICITAT - Anuncis a pàgina complerta. Aquests clarament no passen una selecció gràfica sino que es publiquen totes les marques que es volen anunciar, estètica de la publicitat a part.

CAPTURES DE L'INTERIOR



INTERIOR
REVISTES
NACIONALS

PROS

- Fàcil lectura i respecte per els espais en blanc
- Estructura que es manté al llarg de la revista
- Jerarquies visuals ben treballades
- Retícula que permet varietat sense sortir de la seva línia

CONS

- No hi ha cap element que cridi l'atenció per sobre d'un altre
- Tot i buscar ritmes, la revista manté el to en tota l'edició, fet que la pot fer una mica monòtona
- L'acabat de les pàgines (estucat brillant) li resta qualitat



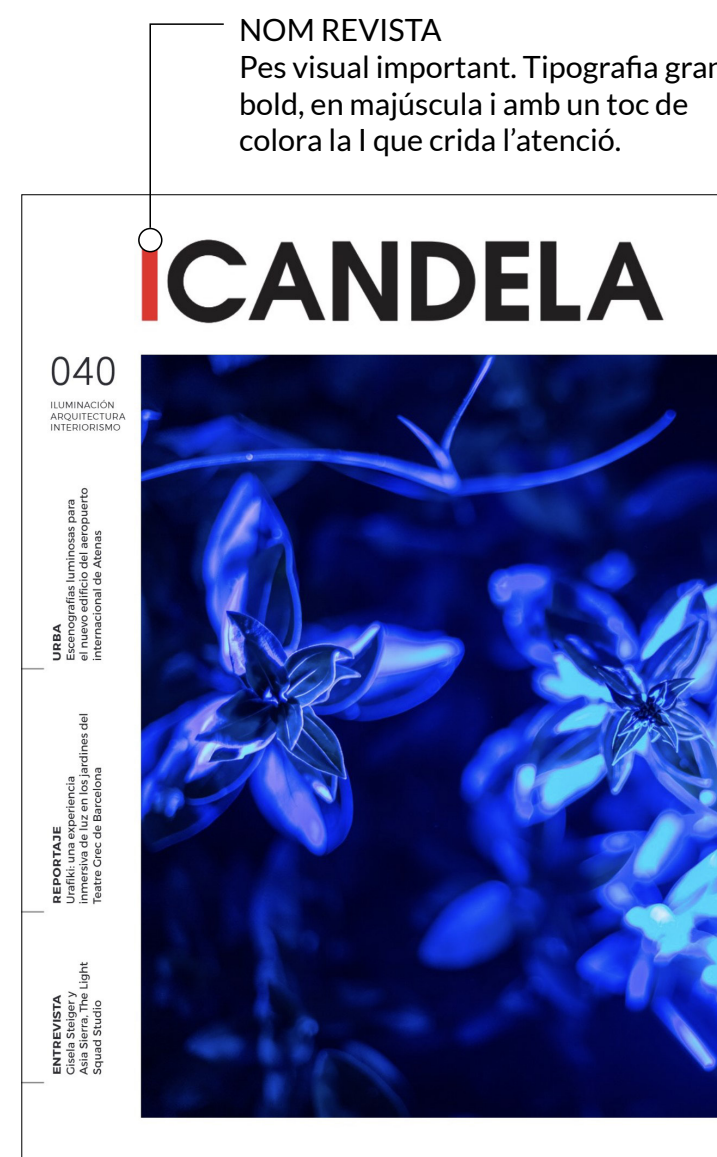
CAPÇELERA EN BLANC
Marge blanc que conté el nom de la revista.

MARGES BLANCS EN L
Marc blanc que enmarca la imatge en 3 dels seus costats.



NUMERACIÓ EN LATERAL
Tipografia gran però no en negreta. A sota descripció de la revista.

SUMARI SECCIONS RELLEVANTS
Articles destacats que es poden trobar a l'interior. Maquetats verticalment.



NOM REVISTA
Pes visual important. Tipografia gran bold, en majúscula i amb un toc de colora la I que crida l'atenció.

IMATGES DE GRAN FORMAT A SANG UN SOL COSTAT (DRET)

- Marc que enmarca la imatge i li dona un aire de revista independent i moderna
- Maquetació interessant de l'índex de contingut
- Joc amb el nom de la revista

- Qualitat estètica de les imatges questionable
- Els destacables es consideren prou importants com per posar-los a la portada però no son de ràpida lectura
- A primera vista no s'entén de què va la publicació

IMATGES - Imatges en color, normalment de mida considerable. A vegades el text o altres imatges les trepitjen o hi fan un requadre blanc.

PESOS / JERARQUÍES - Les imatges predominen per sobre del text. Encara que els titulars solen ser grans i amb gran pes visual.

TIPOGRAFIA I TEXTOS - Titulars i textos tipografia sans serif. el text i les imatges tenen una bona relació quantitativa. Aquests sempre segueixen la

retícula però es troba joc entre l'ús del nombre de columnes.

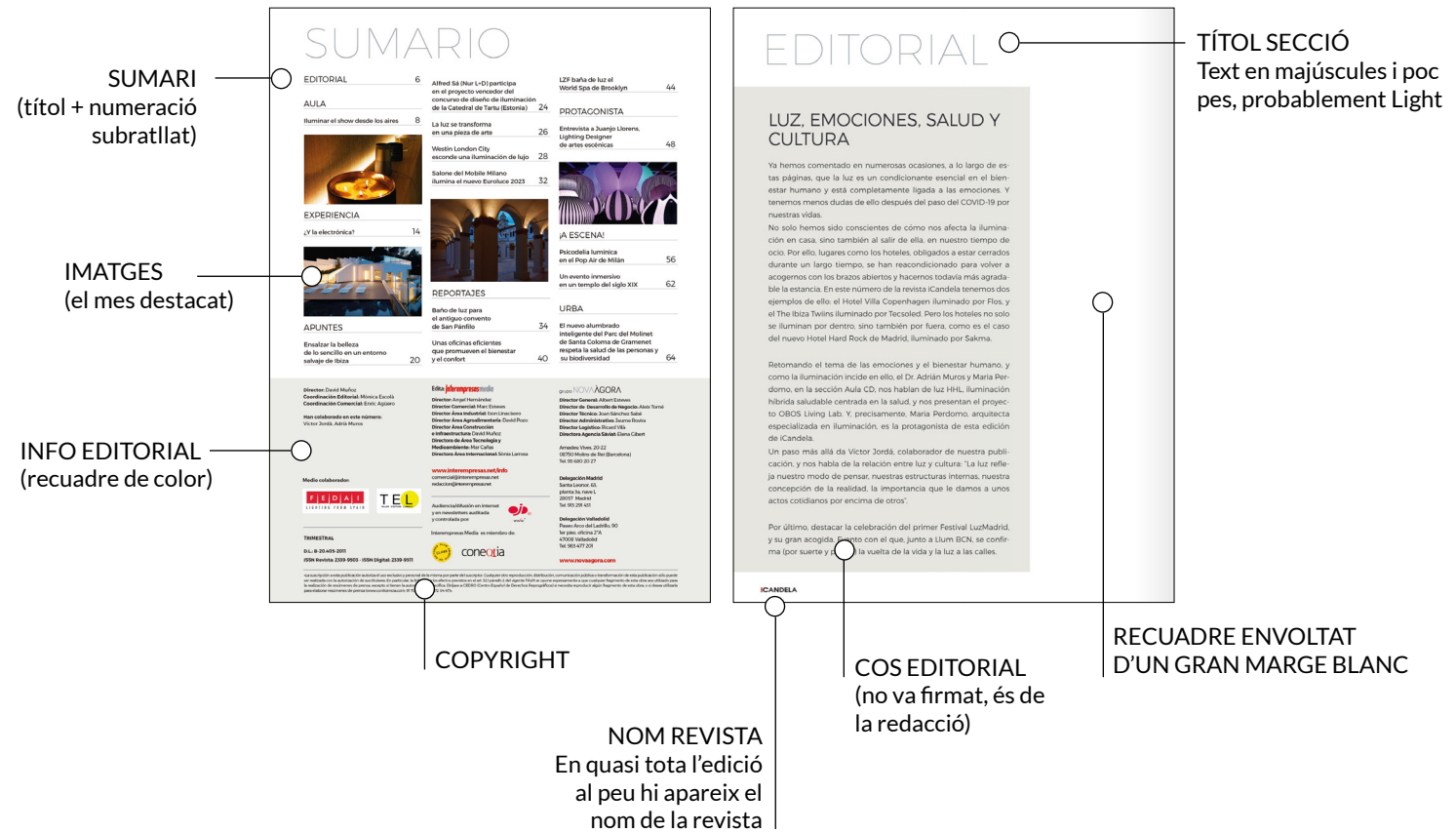
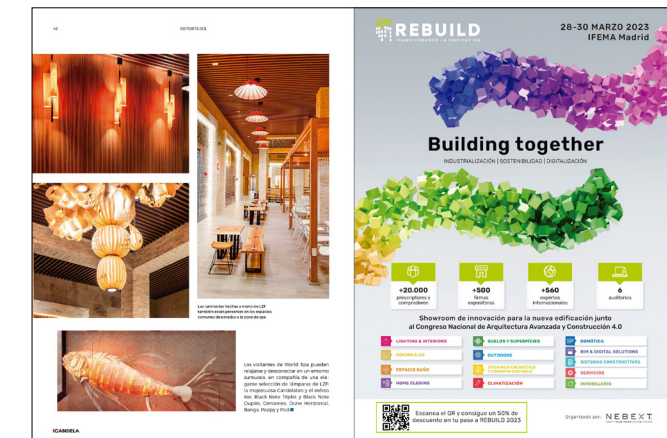
ÚS DE COLOR - S'usa el color per remarcar requadres d'intrès, pel fons d'algunes seccions i per algunes capçaleres, que depén de la secció son d'un color o un altre. Alguns titulars dins els articles també tenen el color de la secció.

RETÍCULA - Retícula de 3 columnes. Sempre es respecten els marges i la capçalera, on va la

numeració de la pàgina i el nom de la secció. Es sol jugar força amb la retícula però d'una manera ordenada la majoria de vegades. Maquetacions amb moviment compostiu i no sembla que hi hagi un criteri entre seccions. En ocasions les imatges van a sang.

PUBLICITAT - Anuncis a pàgina completa. Es poden trobar tot tipus d'anuncis, uns amb qualitat estètica, d'altres sense cap criteri de selecció.

CAPTURES DE L'INTERIOR



- Joga amb les columnes de la retícula per crear diferents formats sengons l'article, el qual aporta dinamisme
- Ordenada compostivament la majoria de vegades
- Retícula que permet varietat sense sortir de la seva línia

- A vegades no hi ha prou espai en blanc per descansar la vista
- Publicitat en ocasions que trenca l'estètica general
- Alguns textos destacats estàn posats en calçador
- Ús de color poc controlat i que fa sensació de suplement.

2.1 REVISTES INTERNACIONALS | FITXES TÈCNIQUES



Publicació	7 vegades l'any
Númers	132
Pàgines	140-180
Seccions	4
Financiació	Publicitat
Preu	60 £ / any (Europa)
Impressió	Òfset
Tiratge	16.000
Format	333 x 236 mm
Online	Versió web simplificada Visualització PDF
Descàrrega	No

ENLLAÇ ARC MAGAZINE
<https://www.arc-magazine.com/issue-library/>



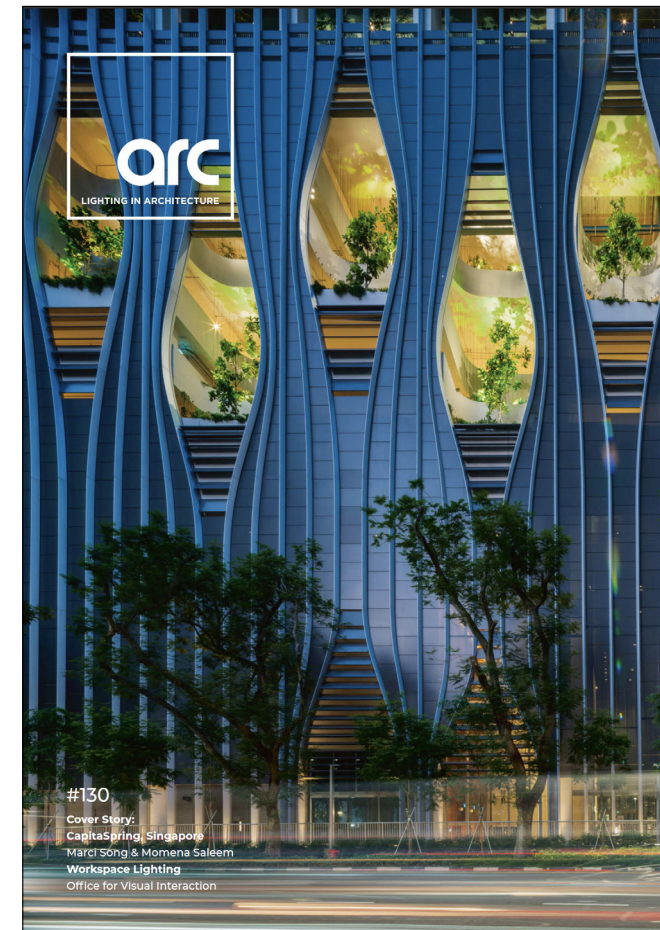
Publicació	4 cops l'any
Númers	23
Pàgines	25-56
Seccions	3
Financiació	Propietat Philips
Preu	Gratuïta
Impressió	Òfset
Tiratge	-
Format	296 x 23 mm
Online	Sense equivalència Visualització PDF
Descàrrega	Si

ENLLAÇ REVISTA LUMINOUS
<https://pdf.archiexpo.es/pdf/philips-lighting-10967.html>

NOM DE LA REVISTA ENQUADRAT
acompanyat per la descripció de la revista

IMATGE EN GRAN I A SANG

TEXTOTS I GRAFISMES EN BLANC



IMATGES GRAN
FORMAT A SANG

NUMERACIÓ I SUMARI

PROS

- Línia gràfica molt marcada
- Pocs elements gràfics
- Selecció d'imatges d'alta qualitat i molt estètiques
- A simple vista veus que és una revista de disseny

CONS

- No hi ha la data de publicació
- El número no té un títol destacat
- Igual que Lightecture, el fet de posar les imatges a sang i no deixar cap espai en blanc dona un aspecte més efectista

IMATGES - Imatges en color i de molta qualitat estètica. Aquestes s'usen en diferents formats i posicions (respectant sempre la retícula) arribant a ocupar dues pàgines a sang.

PESOS / JERARQUIES - En general es pot trobar un equilibri entre el text i les imatges. Sempre treballant els espais en blanc per calmar la lectura i reposar la vista del lector.

TIPOGRAFIA I TEXTOS - Titulars i textos tipografia sans serif. Els textos segueixen la retícula però

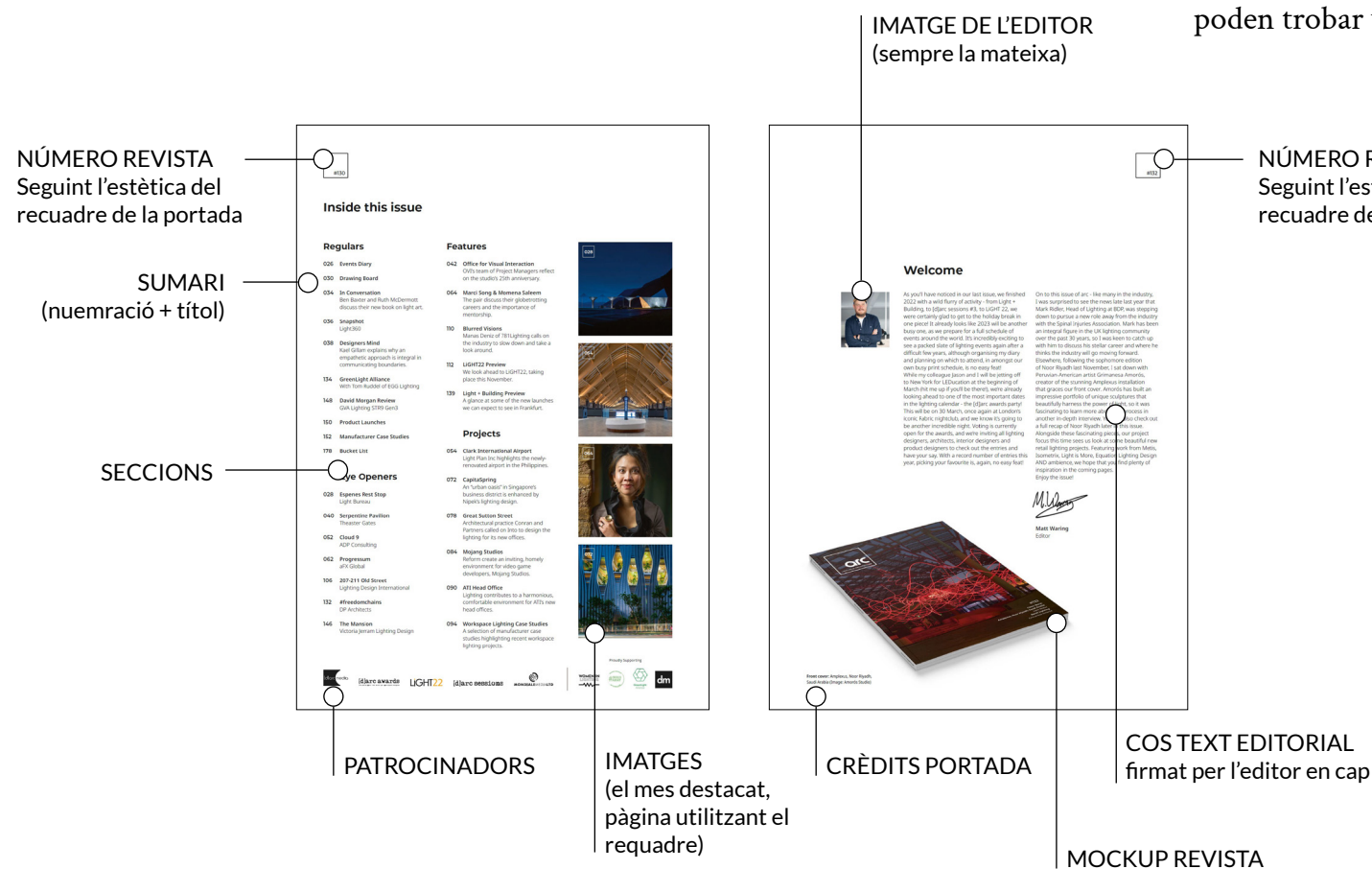
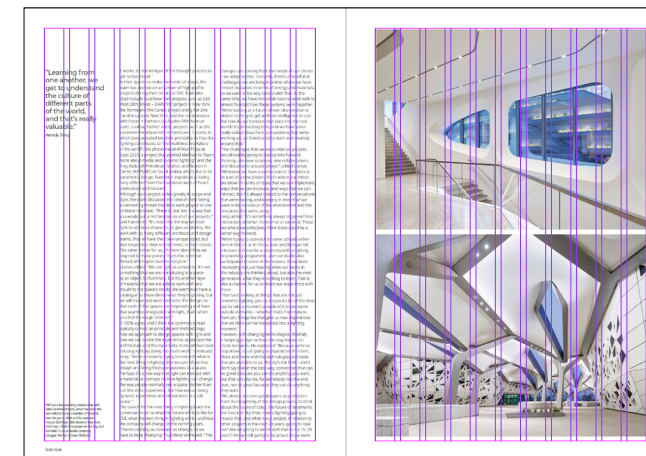
no estan justificats, aquest fet i que les columnes solen ser relativament estretes, ajuden a aportar dinamisme, tot i tenir la mateixa retícula per a tota la revista i no trençar-la mai.

ÚS DE COLOR - S'usa el color per remarcar requadres d'intrès, pel fons d'algunes seccions i per algunes capçaleres, que depèn de la secció son d'un color o un altre. Alguns titulars dins els articles també tenen el color de la secció.

RETÍCULA - Retícula de 11 columnes amb marges uniformes tret del lateral interior. Sempre es respecta la retícula però no d'una manera monòtona, ja que es juga amb les columnes per variar la posició de les caixes de text (aquestes manenen l'amplada sempre).

PUBLICITAT - Anuncis a pàgina completa. La línia estètica no està tant cuidada com la de Lightecture, però aquests no destaquen per ser trencar la línia gràfica de la revista. Hi ha pocs anuncis repartits al llarg de la revista però es poden trobar varies pàgines consecutives a l'inici.

CAPTURES DE L'INTERIOR



- Fàcil lectura i respecte per els espais en blanc
- Jerarquies visuals ben treballades
- Retícula que permet varietat sense sortir de la seva línia
- Publicitat esteticament coherent amb el contingut

- No hi ha cap element que cridi l'atenció per sobre d'un altre
- Tot i buscar ritmes, la revista manté el to en tota l'edició, fet que la pot fer una mica monòtona
- L'acabat de les pàgines (estucat brillant) li resta qualitat



PROS

- Línia gràfica molt marcada
- Gràcies al nom i la majoria de títols, s'entén ràpidament de què tracta la revista.

CONS

- Depén de la imatge que hi ha a portada el nom de la revista en negatiu no es llegeix prou bé
- Igual que ARC, el fet de posar les imatges a sang i no deixar cap espai en blanc dona un aspecte més efectista

IMATGES - Imatges en color i de gran format. La qualitat estètica no és la millor. Portser també perquè no es deixen els marges perquè les imatges respirin.

PESOS / JERARQUIES - Les imatges ocupen un 50 % de les pàgines més o menys, mentre que el text menys. Aquest guanya rellevància però gràcies a l'aire que se li deixa al voltant.

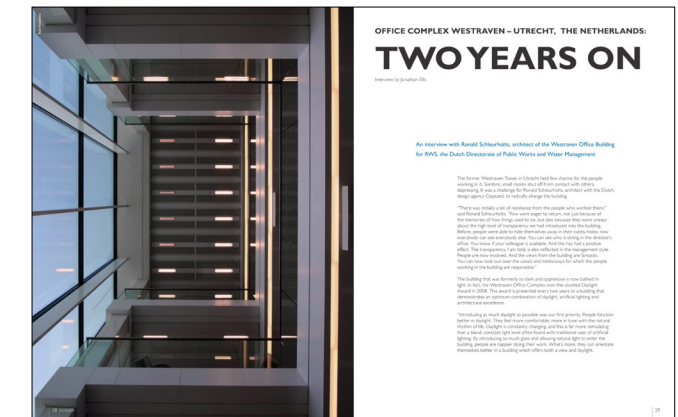
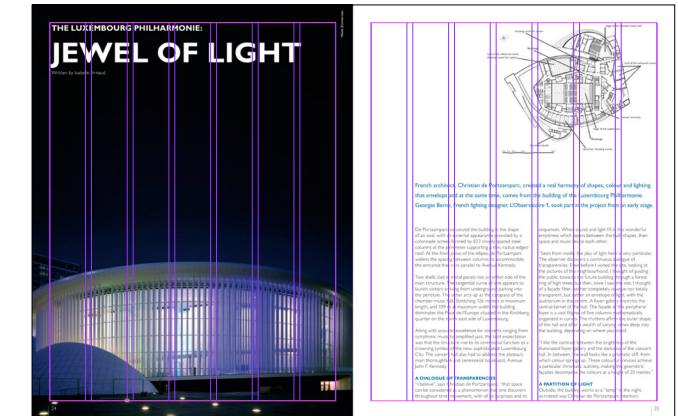
TIPOGRAFIA I TEXTOS - Titulars i textos tipografia sans serif. Els textos segueixen la retícula però no estan justificats. Ús de combinació de columnes per fer quadres de text força amples, fet que aporta estabilitat i calma visual.

ÚS DE COLOR - Ús del color en moments puntuals per a resaltar títols o textos destacables.

RETÍCULA - Retícula de 7 columnes amb marges uniformes.. Sempre es respecta la retícula però no d'una manera monòtona, ja que es juga amb les columnes per variar l'amplada de les caixes de text.

PUBLICITAT - No hi ha publicitat perquè és una revista editada per Philips.

CAPTURES DE L'INTERIOR



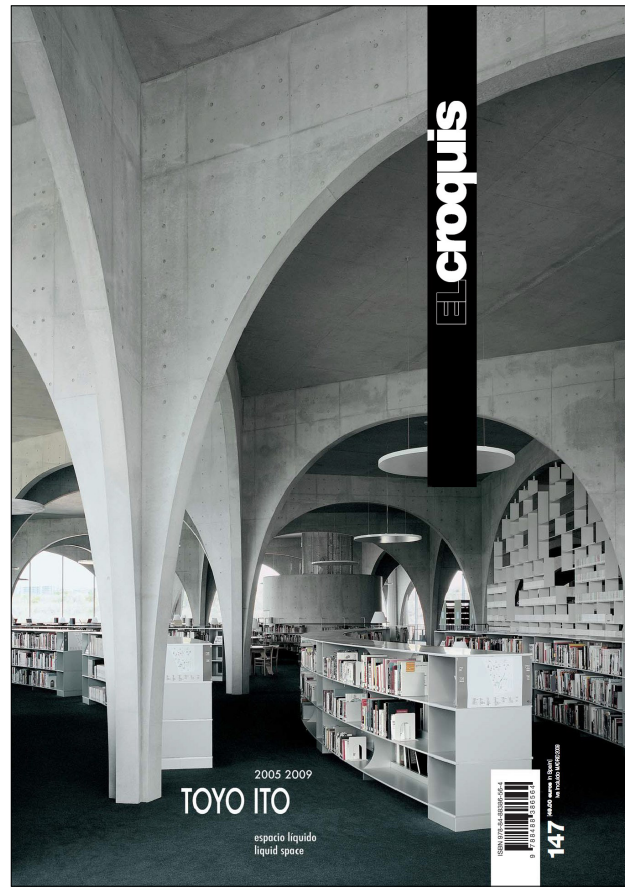
TÍTOL SECCIÓ
Text en majúscules i poc pes, probablement regular

COS EDITORIAL
(firmat per persones diferents dins de philips)

- Fàcil lectura i respecte per els espais en blanc
- Retícula que permet varietat sense sortir de la seva línia
- Incorporació de plànols dels projectes
- Ús del color amb intenció

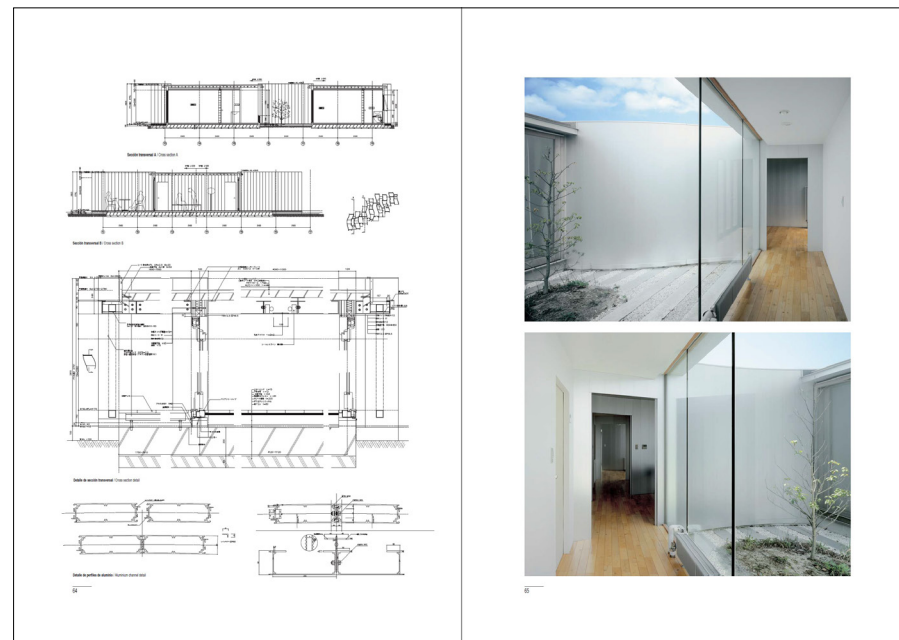
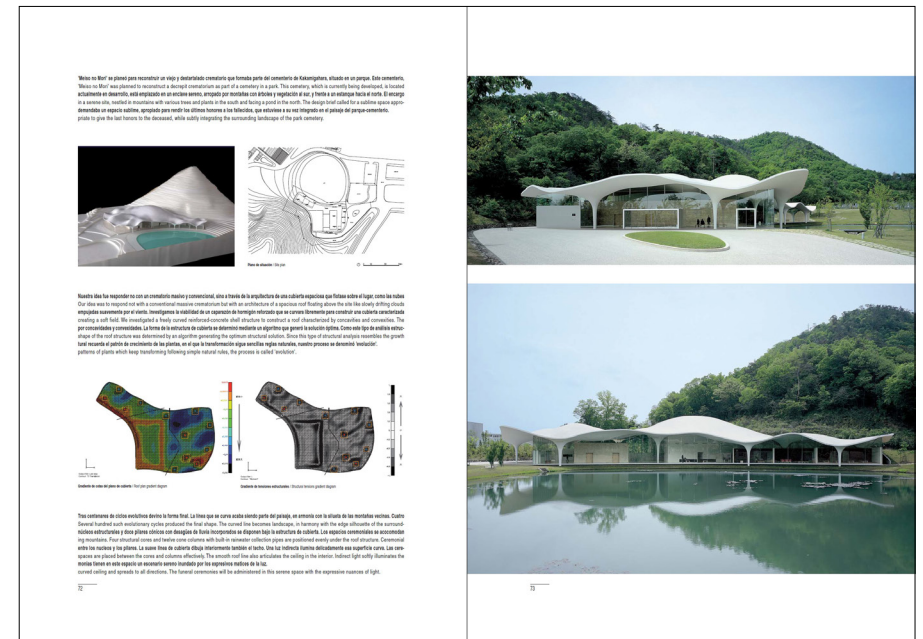
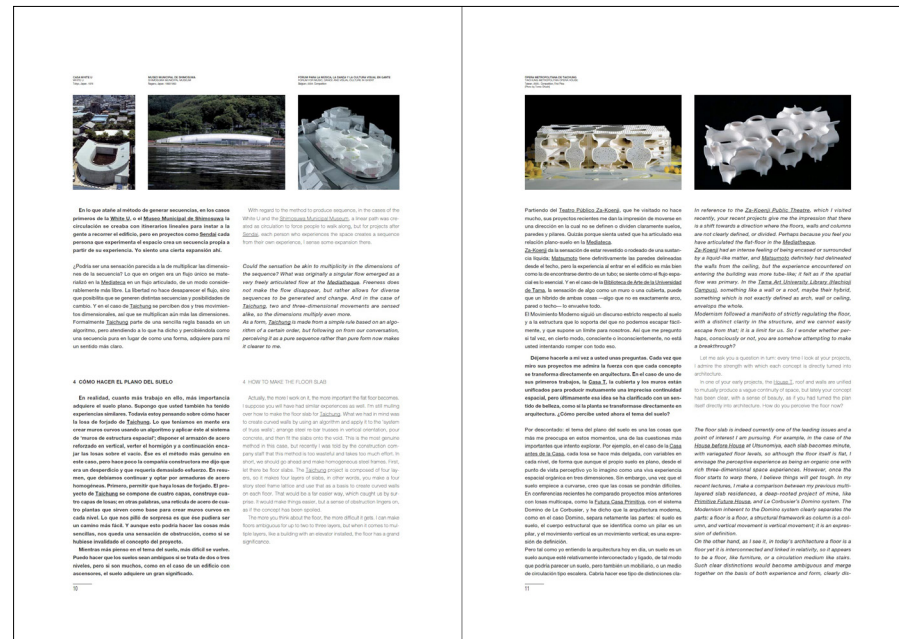
- Així com pel text es respecten els aires, per a les imatges s'intenta fer-les el més grans possibles amb pocs marges entre elles i a sang de la pàgina.
- Les imatges no són de la millor qualitat estètica

2.2 ANÀLISI GRÀFIC | REVISTES RELACIONADES



El Croquis és una de les publicacions més importants a nivell internacional, amb una divulgació bimestral de les seves monografies, on documenten els projectes dels arquitectes més destacats internacionalment.

Revistes anuals	5
N. aproximat de pàgines	400
Preu per revista	60€
Subscripció anual (Espanya)	256,73€
(66,35€ edició digital)	
Format	Impresa i digital



<https://elcroquis.es>

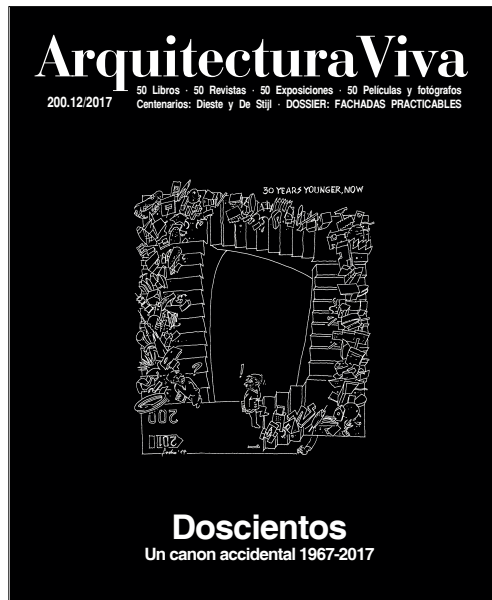
REVISTES INTERNACIONALS

PROS

- Estètica atemporal molt enfocada a un cert públic (arquitectes)
- Sense por als espais en blanc
- Combinar imatges amb els plànols del projecte
- Imatges de qualitat
- Molta informació en profunditat

CONS

- Algunes caixes de text son excessivament amples
- Quan es combinen dues llengües no es diferencia prou entre una lectura i altre
- Imatges tècniques no del tot ben incorporades a la maquetació
- Maquetació estàtica i poc atevida



Arquitectura Viva.com

200.12.2017 Docientos

El medio y el mensaje. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

El medio y el mensaje. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

El medio y el mensaje. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

El medio y el mensaje. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

Arquitectura Viva és una revista espanyola d'arquitectura que es publica des del 1988. És una revista àgil i de clara vocació periodística, els interessos de la qual van més enllà de l'arquitectura per estendre's a altres disciplines. Actualment ha esdevingut un compendi de publicacions de gran interès.

Revistes anuals 10
 Número aproximat de pàgines 80
 Preu per revista 16€
 Subscripció anual (Espanya) 130€
 (65€ edició digital)
 Format Impresa i digital

El medio y el mensaje. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?



Filosofía del hueco

Operable Facades: Between Technique and Composition

E. Morin y F. Morad

La filosofía del hueco. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

La filosofía del hueco. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

La filosofía del hueco. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

La filosofía del hueco. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

El medio y el mensaje. La arquitectura también lo media con su diseño, pero ¿cómo se relaciona con el contenido del mensaje? ¿El medio es el mensaje, o viceversa? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra? ¿Cómo se relaciona con el contenido de la obra?

- Imatges de qualitat
- Molta informació en profunditat
- Bona incorporació dels detalls constructius dels projectes (maquetació)
- Gràcies als marges i la gran capçalera es percep més aire del que hi ha realment
- Alguns textos de navegació en vertical

CONS

- Pàgines força denses per les columnes de text i els marges
- Caixes de text força estretes sense joc amb la retícula, aquests es mantenen estàtics (d'amplada i llargada).
- Molta estabilitat, recorda una mica a les enciclopèdies antigues de paper

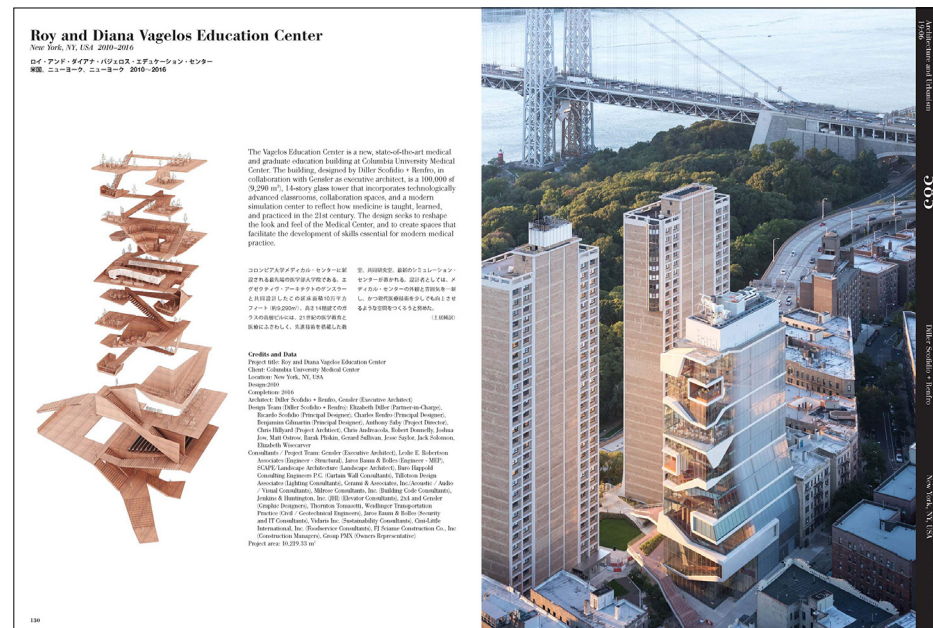
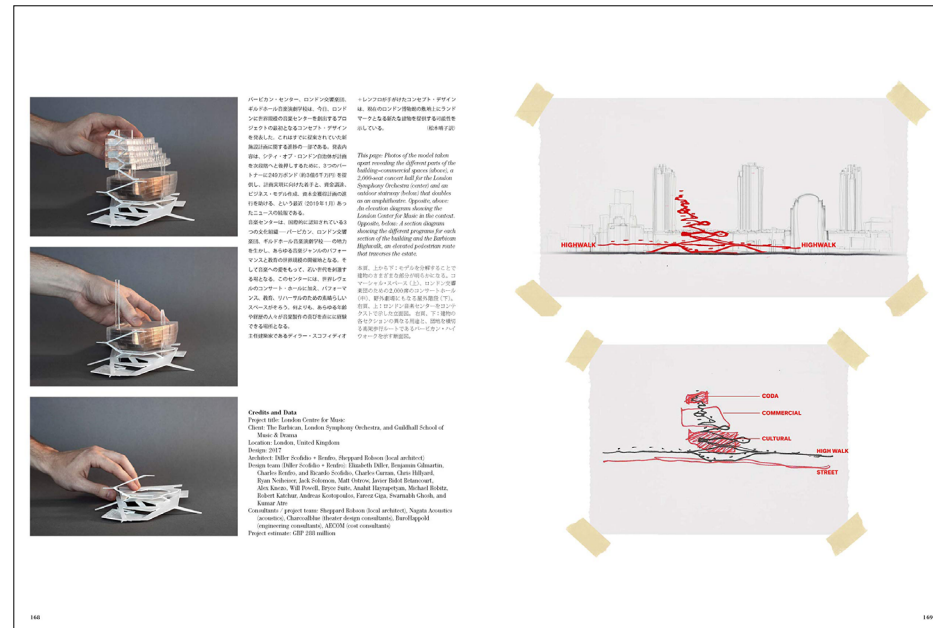
REVISTES INTERNACIONALS PROS

<https://arquitecturaviva.com/>



Revista d'arquitectura japonesa escrita en aquest idioma i en anglès. Va publicar per primera vegada el gener de 1971 i des de llavors no ha fet més que créixer. És una revista de col·lectius com A+U i JA+U.

Revistes anuals	12
Número aproximat de pàgines	190
Preu per revista	30€
Subscripció anual (Espanya)	238€
Format	Impresa i digital



<https://japan-architect.co.jp/>

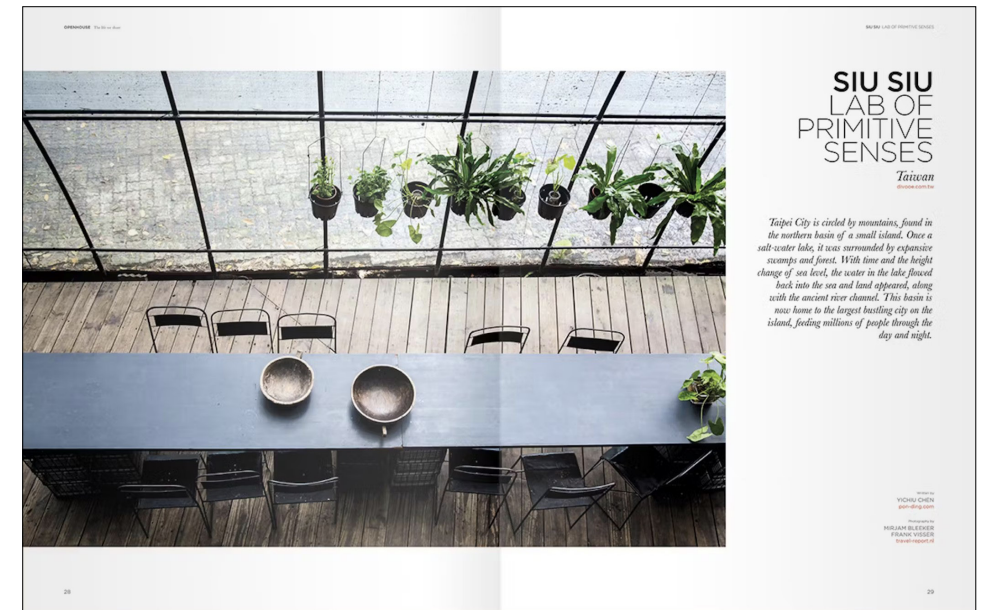
- Combinació de tipus d'imatges
- Respecte pels blancs
- Maquetació més moderna que els dos anteriors
- Es juga més amb la retícula i les amplades de les caixes de text
- Bandes de navegació laterals

- A vegades els marges o tipus d'imatges
- En moltes ocasions es deixa molt d'espai blanc a la part inferior, en comparació a altres zones



Openhouse és una revista bianual que parla d'art, disseny, arquitectura i cultura. Una guia de persones creatives que comparteixen amb nosaltres la seva filosofia de vida, basada en la conservació de valors com la tradició, la natura, l'art i la identitat.

Revistes anuals	2
Número aproximat de pàgines	180
Preu per revista	20€
Subscripció anual (Espanya)	35€
Format	Impresa



<https://openhouse-magazine.com>

REVISTES INTERNACIONALS

PROS

- Composicions que transmeten equilibri i pau
- Maquetació que convida a llegir pausadament
- Amplada de les caixes de text ni molt amples ni molt estretes
- Respecte per els espais en blanc
- Combinació de tipografies

CONS

- A vegades la maquetació és massa estàtica
- Sense cap tipus de risc gràfic, tot està totalment al seu lloc



Apartamento és àmpliament reconeguda com la revista d'interiors més influent, inspiradora i honesta d'avui. Internacional, ben dissenyada, escrita senzillament i curada amb bon gust des del 2008, és un recurs indispensable per a persones apassionades per la seva manera de viure. La publicació s'edita bianualment des de la seva seu de Barcelona. També té oficines a Nova York, Milà i Berlín.

Revistes anuals	2
Número aproximat de pàgines	160
Preu per revista	15€
Subscripció anual (Espanya)	24€
Format	Impresa



REVISTES INTERNACIONALS

PROS

- Línia gràfica molt pròpia
- Tipus de maquetacions per seccions
- Les tipografies
- Text que invedeix espais

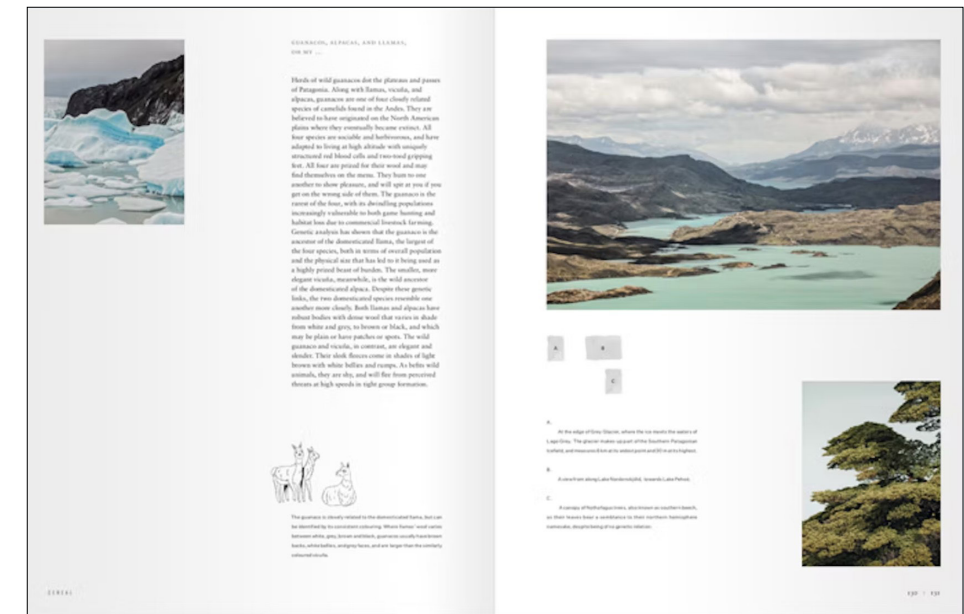
CONS

- Alguns fons de colors estridents
- El codi de barres en un requadre blanc a la portada
- En ocasions el text guanya massa pes degut a la justificació del text



Cereal és una revista bianual de viatges i estil de vida amb seu central al Regne Unit. Cada número se centra en un nombre selecte de destinacions, juntament amb entrevistes i històries atractives sobre disseny, art i moda únics de la localitat visitada.

Revistes anuals	2
Número aproximat de pàgines	160
Preu per revista	12£
Subscripció anual (Espanya)	Inactiva
Format	Impresa



- Majoria de pàgines amb molt d'espai blanc
- Convida a una lectura pausada
- Textos no justificats

- Alguns fons de colors estridents
- El codi de barres en un requadre blanc a la portada
- Hi ha tant d'espai en blanc que de vegades es perd en la lectura

Del minimalisme al maximisme- El minimalisme ha sigut tendència durant molts anys, però en els últims anys el disseny ha canviat cap a el que podríem anomenar maximisme. En la cerca de fugir de la rutina i de les estructures estàtiques marcades, s'estàn utilitzant tipografies més audaces i amb més protagonisme, a la vegada que composicions i games cromàtiques més radicals.



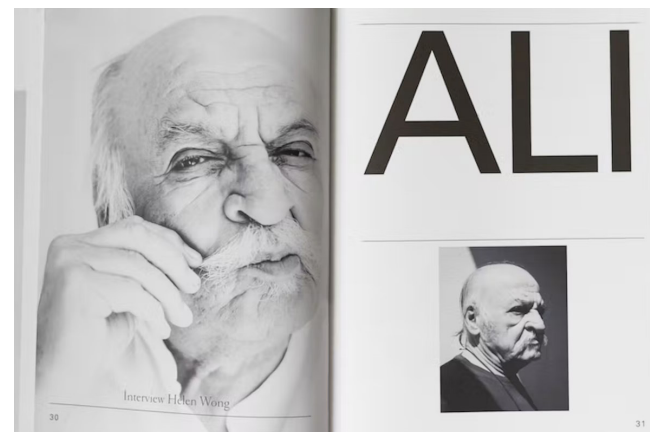
Colors vius i estridents / Desenfocs i degradats- Tendències cap a una gama de colors més vibrants amb aires de frescor. A la vegada que es segueix realçant la tendència al desenfoc i l'ús de degradats cada vegada més creatius, combinant diferents colors de manera audaç.



Experimentació amb tipografies com a protagonistes- Fonts úniques que defineixen una marca. S'alteren les tipografies, es retoquen y es deformen per fer-les úniques. Es tendeix a tipografies Sans Serif encara que cada vegada hi ha més usos de tipografies orgàniques.



Composicions més dinàmiques- Composicions que crean dinamisme a través de diferents elements com tipografies en vertical, imatges que es trepitgen, etc.



Textures- Tendència a agregar textura del món real, sobrepasant el món dels colors, tipografies, etc, a un disseny més tàtil.



Sostenibilitat- Dissenys amb elements naturals, textures i paletes de colors terrosos. Canalitzar les sensacions de la naturalesa a través dels dissenys.



Pèrdua de la por a l'espai en blanc- Tendència que va apareixent des de fa alguns anys, sobretot en publicacions independents. Espais en blanc que centren l'atenció del lector en els diferents elements.

2.4 PÚBLIC OBJECTIU & USER PERSONA

El públic objectiu de la revista Spotlight son tots aquells professionals interessats en el món de la il·luminació d'espais arquitectònics.

Principalment centrarem la nostra atenció en dissenyadors d'il·luminació, arquitectes i interioristes que vulguin ampliar els seus coneixements sobre la llum i les noves pràctiques dins el sector, però també s'estarà obert a altres lectors que estiguin atrets per aquest món sense que l'il·luminació sigui la seva professió.

Per conèixer una mica més el nostre públic objectiu i el que busca en una revista d'aquestes característiques, s'ha realitzat una petita enquesta a persones del sector.

El resum dels resultats es detallarà a continuació:

La majoria dels enquestats actualment **consumeixen molt poc contingut editorial relacionat amb el sector**, només un 14% dels enquestats llegeix revistes especialitzades de manera habitual i més del 50% de manera pràcticament nul·la o inexistent.

Així i tot, **denoten un interès en el producte** i el 100% d'ells estaria disposat a **pagar per una revista d'il·luminació**, amb més d'un 50% que formalitzaria una subscripció.

Respecte al preu, **més de la meitat no superaria els 10 € per número**, mentre que la resta estaria disposat a pagar entre 10-20 €. I quasi **un 60% no pagaria per llegir un sol article** (en cas que es formalitzés una versió en línia).

En relació amb el format, **la majoria dels participants prefereixen la versió de PDF de descàrrega**, seguida de la combinació de paper i digital.

** es pot consultar l'enquesta a l'apartat 2 d'annexos (Enquesta - públic revista Spotlight)*



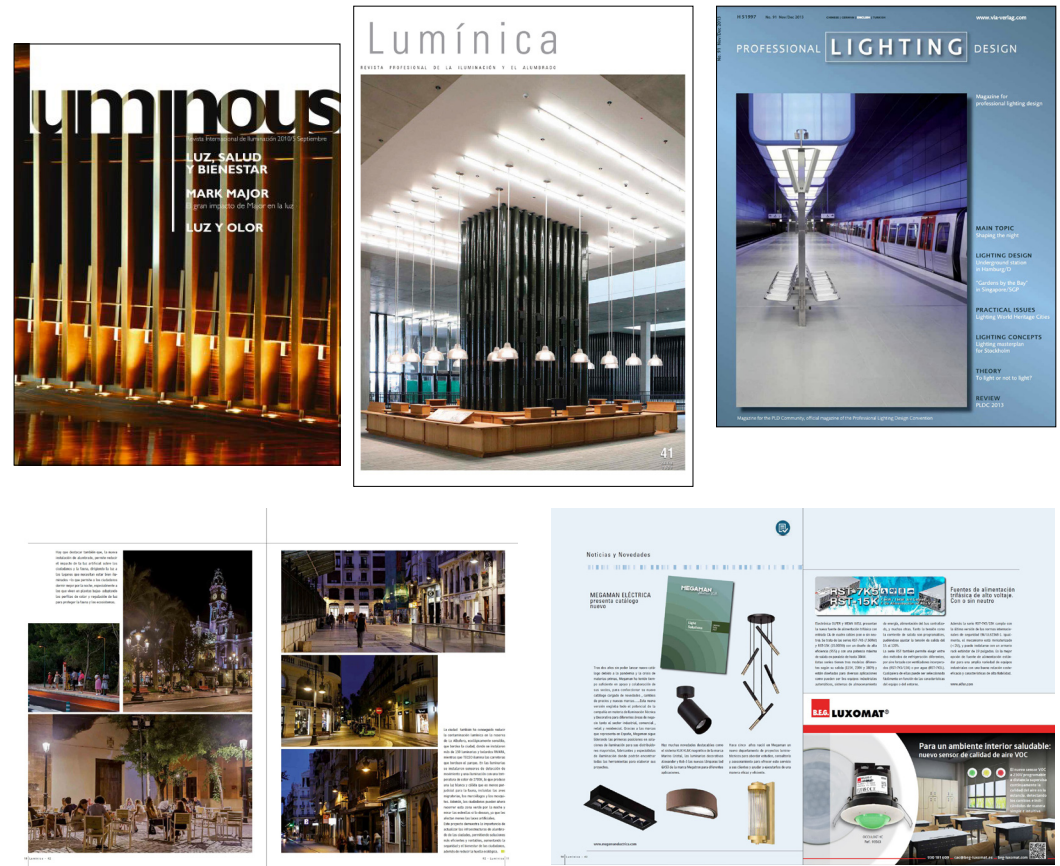
Mireia Rius, 34 anys

Arquitecta de formació, fa cinc anys va decidir fer un canvi de rumb a la seva trajectòria professional i es va matricular a un màster de disseny d'il·luminació d'espais arquitectònics a la UPF de Barcelona.

Després d'un any de formació va entrar de pràctiques a un estudi d'il·luminació de renom i s'hi va acabar quedant un parell d'anys més.

L'any passat va decidir, juntament amb una antiga companya de màster, la Gemma de 37 anys, obrir el seu propi estudi especialitzant-se en la renovació d'edificis antics, passant per masies, cases de poble i edificis modernistes de Barcelona, aportant el client una visió total i completa de tots els aspectes i fases del projecte.

La Mireia, és una apassionada de la llum i els materials, és per aquest motiu que en el seu temps lliure, quan en té, li agrada fer petites peces de ceràmica en un local de gràcia. També és aficionada als vins naturals i a provar nous restaurants de la ciutat.



• Revista d'estil clàssic • Sense jerarquies visuals • Titulars a la portada • Mala qualitat del paper • Pàgines interiors saturades • Columnes de text massa estretes • De lectura ràpida, cop d'ull • Ús de color sense justificació

Yes

• Estètica revista independent • Jerarquies visuals • Respecte dels blancs sense por • Objecte de qualitat, paper de qualitat • Projectes amb detall • Públic especialitzat • De lectura pausada • Text sense justificar



No

3.1 | SPOTLIGHT - DESENVOLUPAMENT MARCA

3.2 | MANUAL D'IDENTITAT

3.3 | ESTRUCTURA & SECCIONS

3.4 | FORMAT & IMPRESSIÓ

Atributs

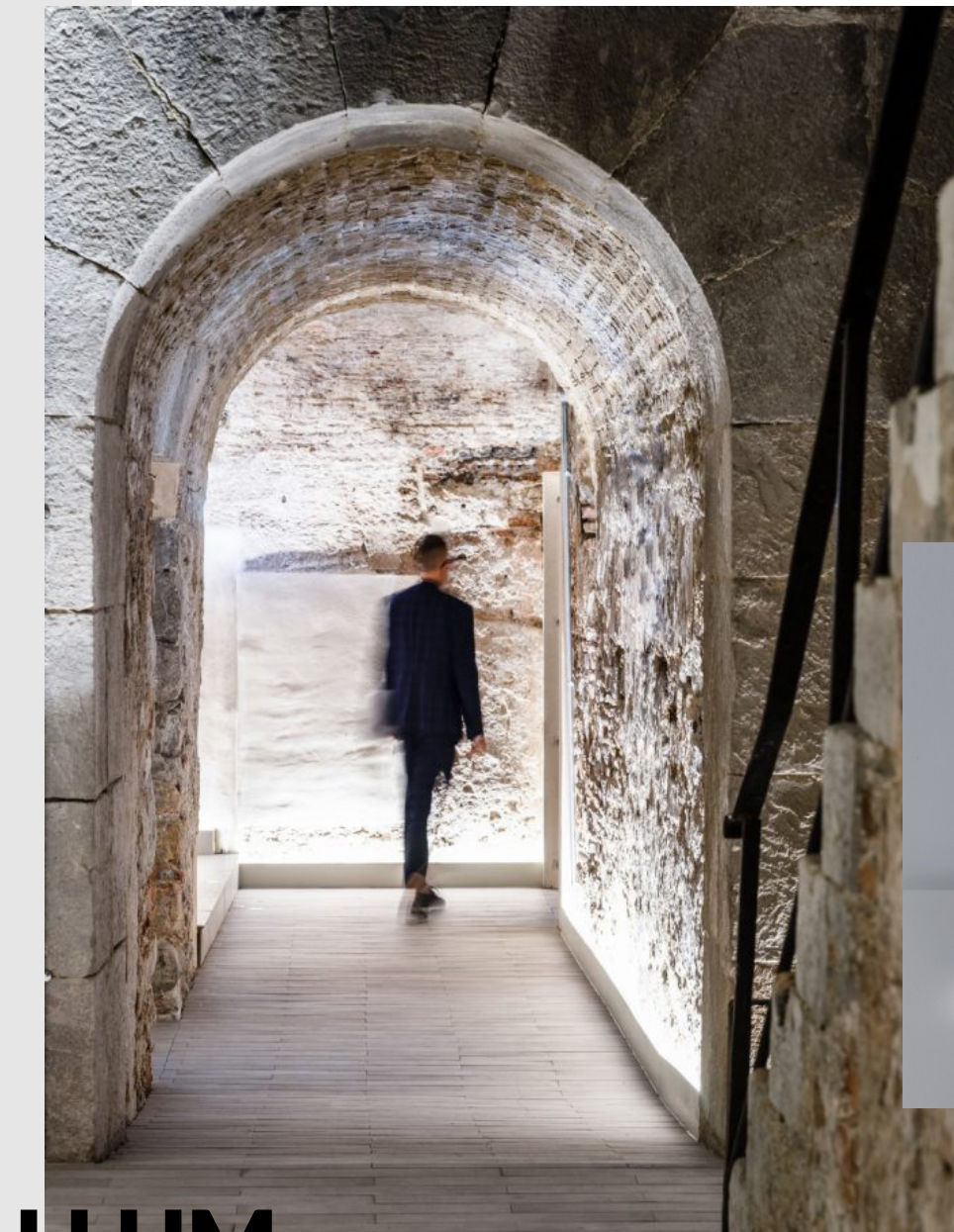
Spotlight és il·luminació · Disseny · Innovació · Sostenibilitat · Arquitectura · Interiorisme

Fortaleses

Moderna · Avanguardista · Informativa · Especialitzada · Tecnològica · Única en el sector · Promou el canvi · Rica en contingut interessant · Visualment atractiva

Debilitats

Publicitat selectiva · Alta producció de continguts · Poc reconeixement inicial · Públic objectiu molt especialitzat



Fotografia Xapo Bank de MMaslighting



Fotografia projectes BiG Studio



Spotlight és una revista que neix de la necessitat d'una publicació rigorosa i de qualitat en el sector de la **il·luminació arquitectònica**.

Amb una estètica que s'apropa més a la d'una editorial de disseny i arquitectura, que a una revista tècnica, **pretén acostar la il·luminació i la innovació d'una manera clara i entenedora** a les noves generacions de dissenyadors i arquitectes.

La revista pretén donar visibilitat a projectes de gran qualitat mostrant totes les seves fases (plànols, conceptes, viz...) a accions alternatives pioneres en el sector amb impactes positius sobre la societat, com també a la recerca i la investigació de noves tecnologies, relacionades a les noves tècniques d'aplicació i dispositius d'avantguarda en el món de la il·luminació.



PORTADA semirígida amb pocs elements impresos. Estètica entre editorial de moda i revista independent. Una sola imatge gran a color o en blanc i negre. Tipografia amb el nom de la revista en cos gran. Llom i contraportada seguint la línia gràfica de la portada.

TIPOGRAFIES ús de dues famílies tipogràfiques. Una de serifa per a titulars i textos curts (destacables) i l'altre de pal sec pel cos principal (textos llargs i peus d'imatge).

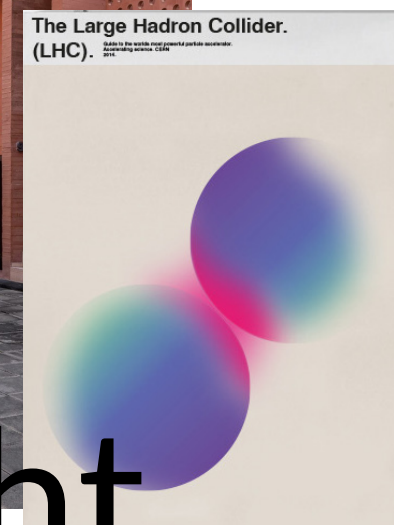
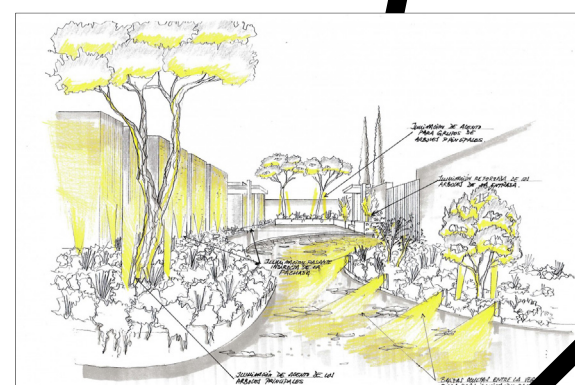
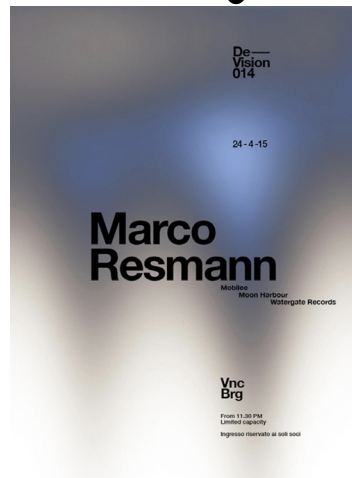
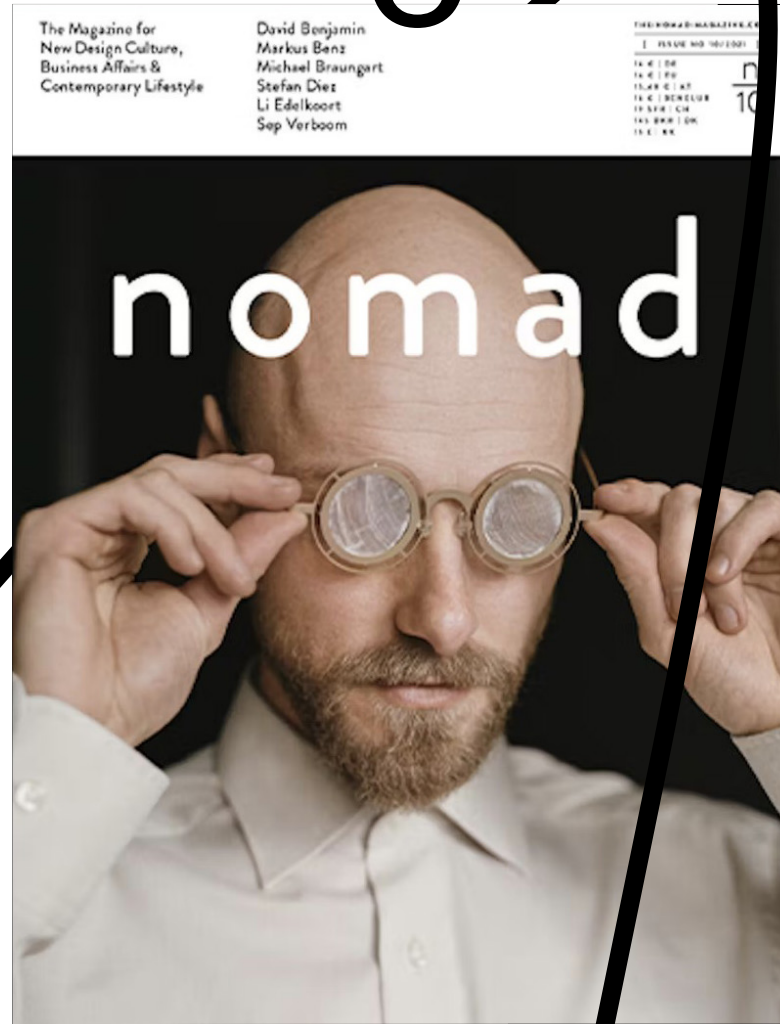
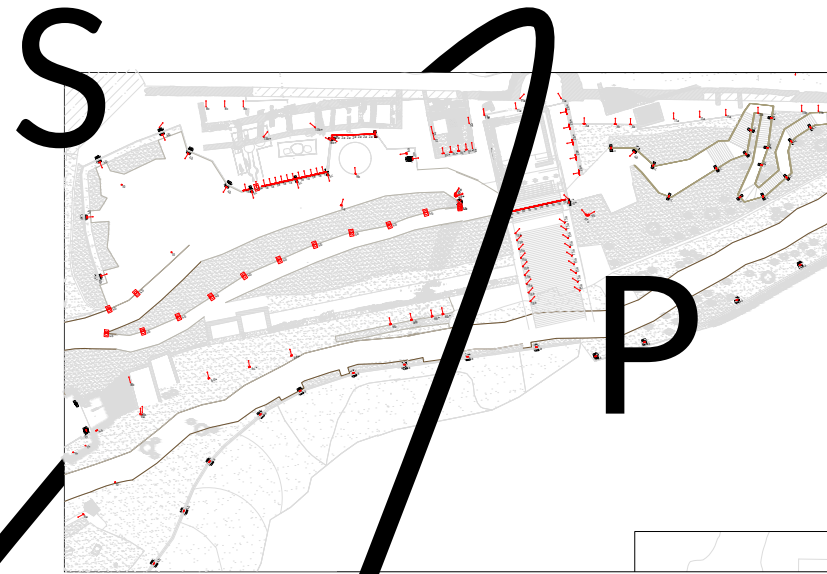
IMATGES juntament amb algun joc de tipografies, seran els elements gràfics més importants. Aquestes es realitzaran per encàrrec o seran cedides per l'autor (dissenyador, marca, estudi...) sempre que encaixin amb la línia visual de la revista.

COMPOSICIÓ les pàgines respectaran els espais blancs necessaris. El text es podrà superposar a les imatges però mai ocupant més d'un 50% d'aquesta.

PUBLICITAT la publicitat que es podrà trobar dins la revista, serà estrictament seleccionada i haurà de seguir la línia estètica de l'editorial. Aquesta es podrà presentar en diferents formats segons la inversió que decideixi l'anunciant.

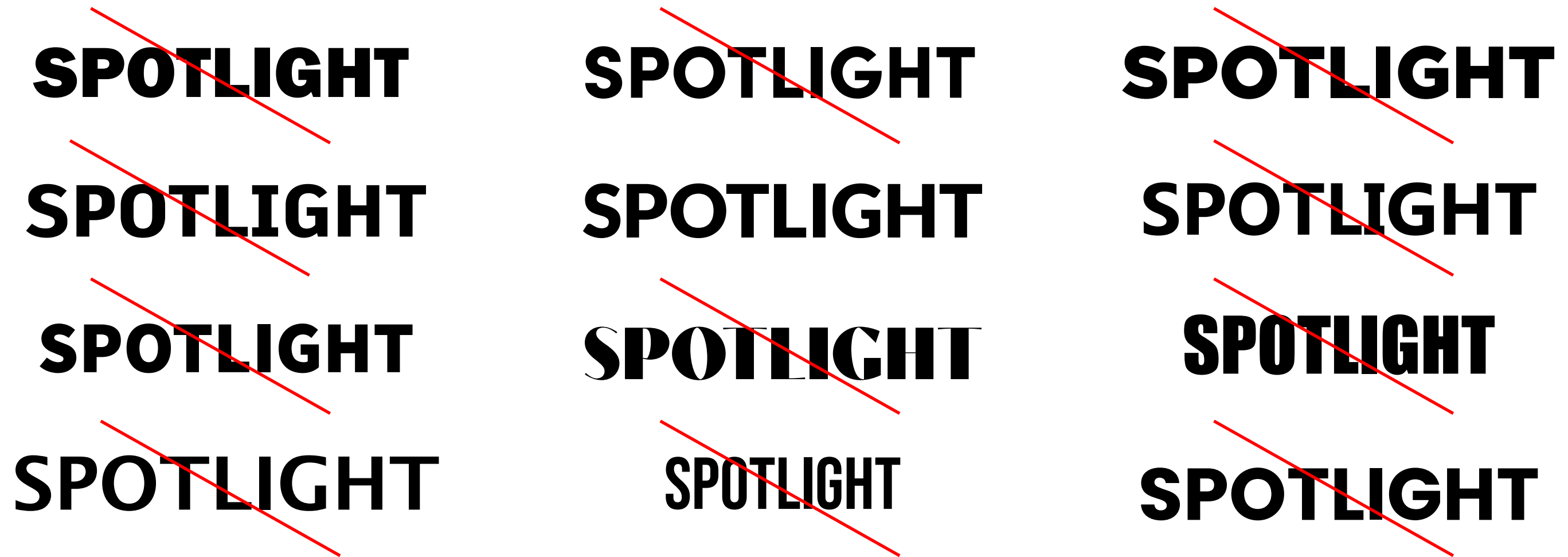
Per una banda estaran els articles patrocinats o articles ficcionats, on la marca redactarà la descripció d'un projecte o d'un producte del seu interès i es farà una secció especial amb aquesta i imatges d'alta qualitat.

Per altra hi hauràn els anuncis d'una o mitja pàgina. En aquest cas, l'anunciant facilitarà una composició ja maquetada del producte / servei. Aquest tipus d'anuncis es podran trobar iguals a altres revistes similars a la present.



light

OPCIONES TIPOGRAFIA SANS SERIF



OPCIONES TIPOGRAFIA SERIF



OPCIONES TIPOGRAFIA **DISPLAY**

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

~~SPOTLIGHT~~

OPCIONES TIPOGRAFIA FINALS

SPOTLIGHT

Lato

Tipografia Sans Serif. Amb un contrast baix i un gruix mig, aquesta tipografia té un aire modern a l'hora que sòlid i estable. Gràcies a les seves línies rectes i la seva modulació vertical, transmet professionalitat i reconeixement.

PROS

- Geometria i línies rectes associats a l'arquitectura
- Estabilitat i presència
- Moderna
- Bona llegibilitat

CONS

- Poca personalitat

SPOTLIGHT

Prata

Tipografia Serif. Amb un contrast alt i un gruix baix, aquesta tipografia és elegant i atemporal. Les tipografies Serif solen aportar un aire solemne (probablement per ser més clàssiques) que ben utilitzades poden aportar prestigi. Amb unes línies rectes i modulació vertical transmet luxe i categoria.

PROS

- Estil clàssic i atemporal
- Aire volàtil i eteri com la llum
- Bona llegibilitat

CONS

Impacte visual baix

SPOTLIGHT

Flood Std

Tipografia Display. Contrast baix i un gruix mig, aquesta tipografia és dinàmica i fresca. El seu aspecte i traçabilitat està molt present en el món de l'arquitectura i el disseny d'il·luminació, ja que és un tipus de tipografia molt usada per fer anotacions a presentacions i conceptes.

PROS

- Estil tipogràfic associat al sector
- Dinàmica i desenfadada
- Personalitat

CONS

- Poc estable per a tenir tanta representació

TIPOGRAFIA FINAL AJUSTOS

SPOTLIGHT
SPOTLIGHT
SPOTLIGHT
SPOTLIGHT
SPOTLIGHT

Selecció estil tipogràfic.

S'escull, la variació **Black**, l'estil amb més pes de la família, per aportar presència i estabilitat al nom.



SPOTLIGHT

Ajust del Kerning de mètric a òptic.



SPOTLIGHT

Ampliació del tracking, per a millorar-ne la lectura

TIPOGRAFIA FINAL AJUSTOS

SPOTLIGHT



SPOTLIGHT

Com s'ha comentat, un dels contres d'escollir aquesta tipografia era la falta de personalitat. És per aquest motiu que s'ha optat per aplicar una variació a la tipografia per a compondre el logotip final.

Centrant-nos en els dos conceptes que componen la paraula, s'ha volgut emfatitzar cada element a partir del seu significat.

Per una banda, la paraula SPOT, representa el focus, l'úll clínic de la revista, l'atenció pels detalls i la geometria i estabilitat de l'arquitectura.

Per l'altre, la paraula light, més etérea i volàtil. La llum es compon d'ones electromagnètiques, així que, tenint aquests elements en ment, s'ha aplicat una deformació a la paraula per tal de representar gràficament el seu significat.

- ENFOC
- ESTABILITAT
- GEOMETRIES I LÍNIES RECTES (PRESENTS A L'ARQUITECTURA)
- PRESÈNCIA

- DINAMISME
- ONES ELECTROMAGNÈTIQUES (LLUM)
- SINGULARITAT
- MODERNITAT

PART I / **PRESENTACIÓ**

Introducció	53
Ús del manual	53

PART II / **ELEMENTS BÀSICS**

La marca	54
Construcció de la marca	55
Relacions proporcionals i àrees de respecte	57
Mides mínimes	58
Paleta cromàtica	59
Versions Logotip	
Fons blanc i negre	60
Fons en color	61
Versions monocromàtiques	62
Sobre fotografies	63
Xarxes socials	64
Tipografies	65
Fotografies	67
Recursos gràfics	68
Usos incorrectes	69

PART III / **APLICACIONS**

Papereria corporativa	70
Firma correu electrònic	71
Banners	72
Exemples publicacions a instagram	73

PART IV / **TANCAMENT**

Autoria i vigència	74
--------------------	----

INTRODUCCIÓ

Manual d'estil gràfic per a Spotlight.

L'objectiu principal d'aquest document és establir les normes i regles d'ús de la part gràfica de la marca per tal de mantenir una coherència en la seva identitat visual.

Spotlight és una revista independent especialitzada en el disseny d'il·luminació d'espais arquitectònics. Està adreçada a un públic professional del món de la il·luminació o sectors estretament lligats com poden ser l'arquitectura, el disseny d'interiors o els fabricants d'il·luminació.

ÚS DEL MANUAL

Aquest Manual és una eina per ajudar a la marca a desenvolupar una identitat visual corporativa completa i coherent, respectant i reforçant els seus valors.

En el document es detallen les característiques de la marca gràfica, les tipografies a utilitzar, la gama cromàtica, les mides mínimes d'aplicació, diferents versions de marca o els usos no permesos.

Es presenten també diferents aplicacions hipotètiques en els possibles suports on es podria reproduir la marca.

Tot i que aquest llibre d'estil està pensat per durar en el temps i incorpora múltiples aplicacions de la marca, les peces no contemplades en aquest manual es realitzaran respectant els criteris generals i l'estil pautat en el present document.

SPOTLIGHT

SPOTLIGHT

NAMING

El nom escollit per a la publicació té diverses connotacions, per una banda, i potser la més coneguda, spotlight és la paraula anglosaxona per referir-se al focus de llum que il·lumina un actor o un conferenciant a l'escenari; però també significa estar en el punt de mira, el focus que il·lumina allò a destacar, en el cas de la revista, aniria associat a posar el focus a projectes o tecnologies emergents i d'interès realcionades amb la llum. I per acabar, en el sector de la il·luminació, també s'usa el terme per referir-se a aquelles lluminàries amb un feix de llum concentrat (spot) que s'utilitzen principalment per centrar l'atenció en un detall o zona a il·luminar d'un projecte.

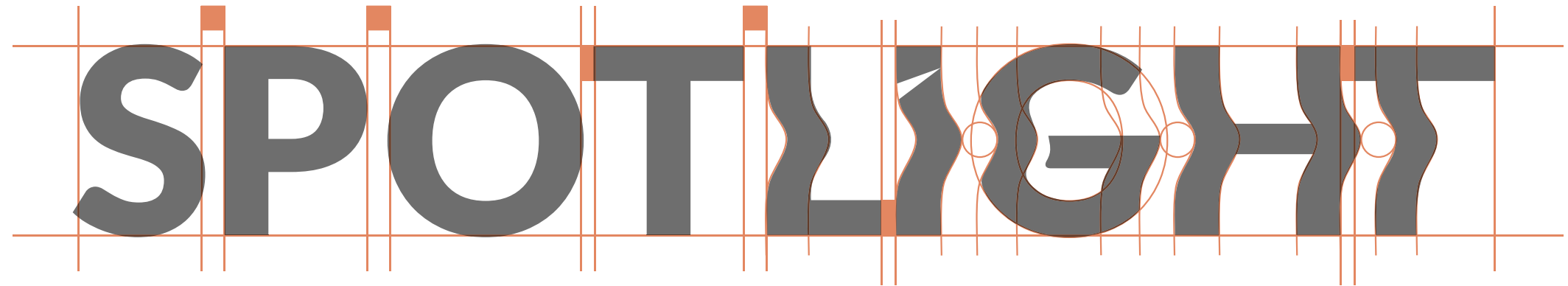
D'aquesta manera, amb un nom tan simbòlic, no només destaquem la importància de la informació que es publica, sinó que d'una manera implícita ens vinculem al món de la il·luminació.

LOGO

El logotip està compost pel nom de la revista Spotlight en caixa alta. Aquest es forma a partir de l'ús d'una tipografia de pal sec en black (l'estil amb més pes de la família) en tot el seu conjunt, fet que aporta presència i estabilitat.

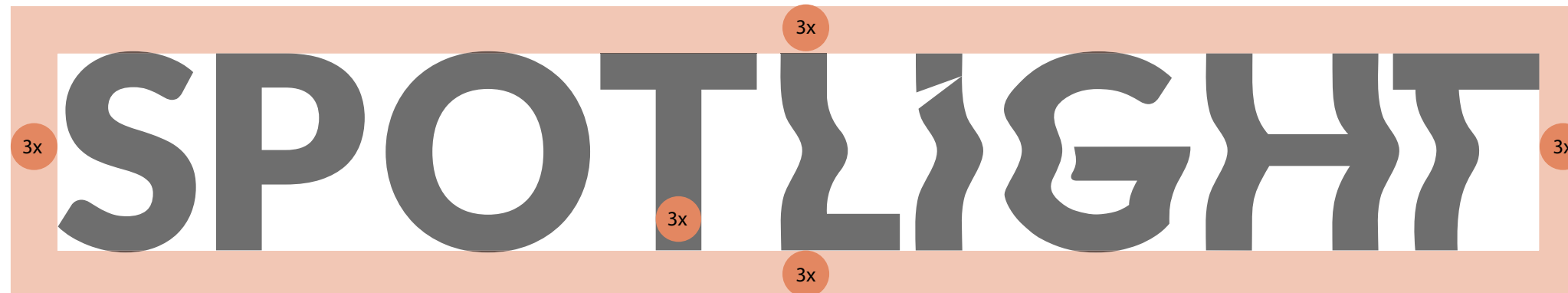
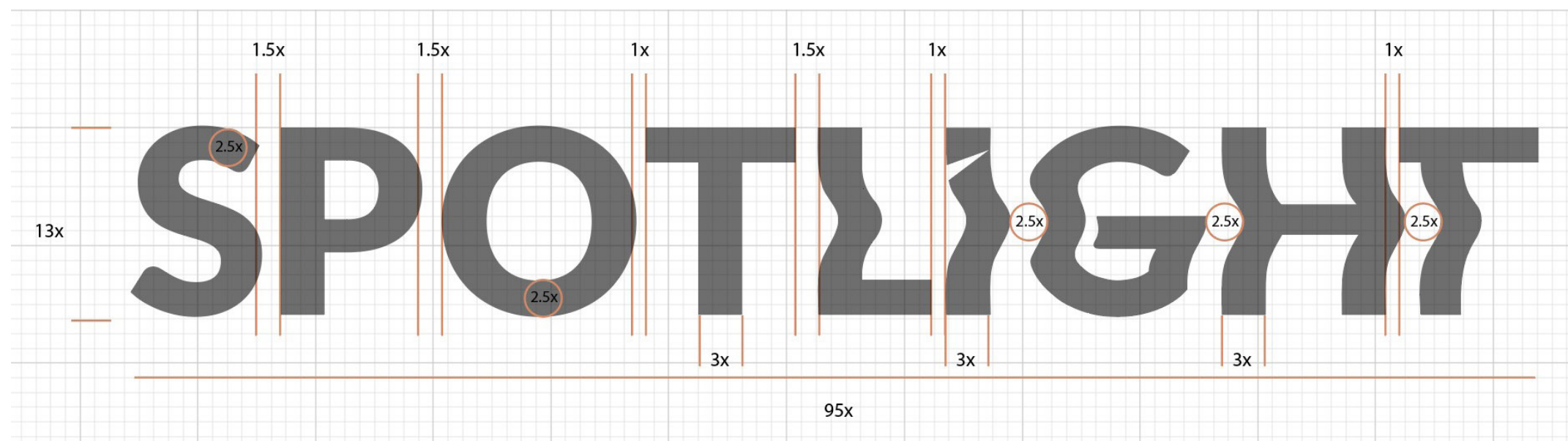
El logotip, representa els dos conceptes que componen la paraula d'una manera gràfica. La paraula Spot, està en focus, utilitzant la tipografia escollida sense cap variació. D'aquesta manera transmetem ordre, geometria i atenció al detall, posant "l'enfoc" a la paraula.

Per altra banda, la tipografia de la paraula Light està deformada, representant les ondulacions de la llum i afegint moviment i singularitat al conjunt. D'aquesta manera ens diferenciem d'altres publicacions i afegim un tret característic i propi a la marca.



RETÍCULA (LOGO)

Pel disseny del Logotip s'ha usat una retícula de mòduls quadrats com a base, per després afegir les curvatures especials per aquest projecte. També s'han analitzat les inclinacions i els gruixos de línia, pròpies de la tipografia, i s'han mantingut tot i la deformació.



S'estableix una àrea de respecte al voltant del logotip. Aquesta delimita l'espai "en blanc" on no es podrà col·locar cap altre element (ni integrament ni parcialment). Aquesta àrea serveix per a protegir el logo, aportant un espai vuit al seu voltant, en aquest cas 3X.

SPOTLIGHT

30 mm

SPOTLIGHT

113 píxels

MESURES

Per assegurar una bona llegibilitat i comprensió tant en una reproducció impresa com en mitjans digitals, s'ha establert una mida mínima de: 30mm / 113 píxels.

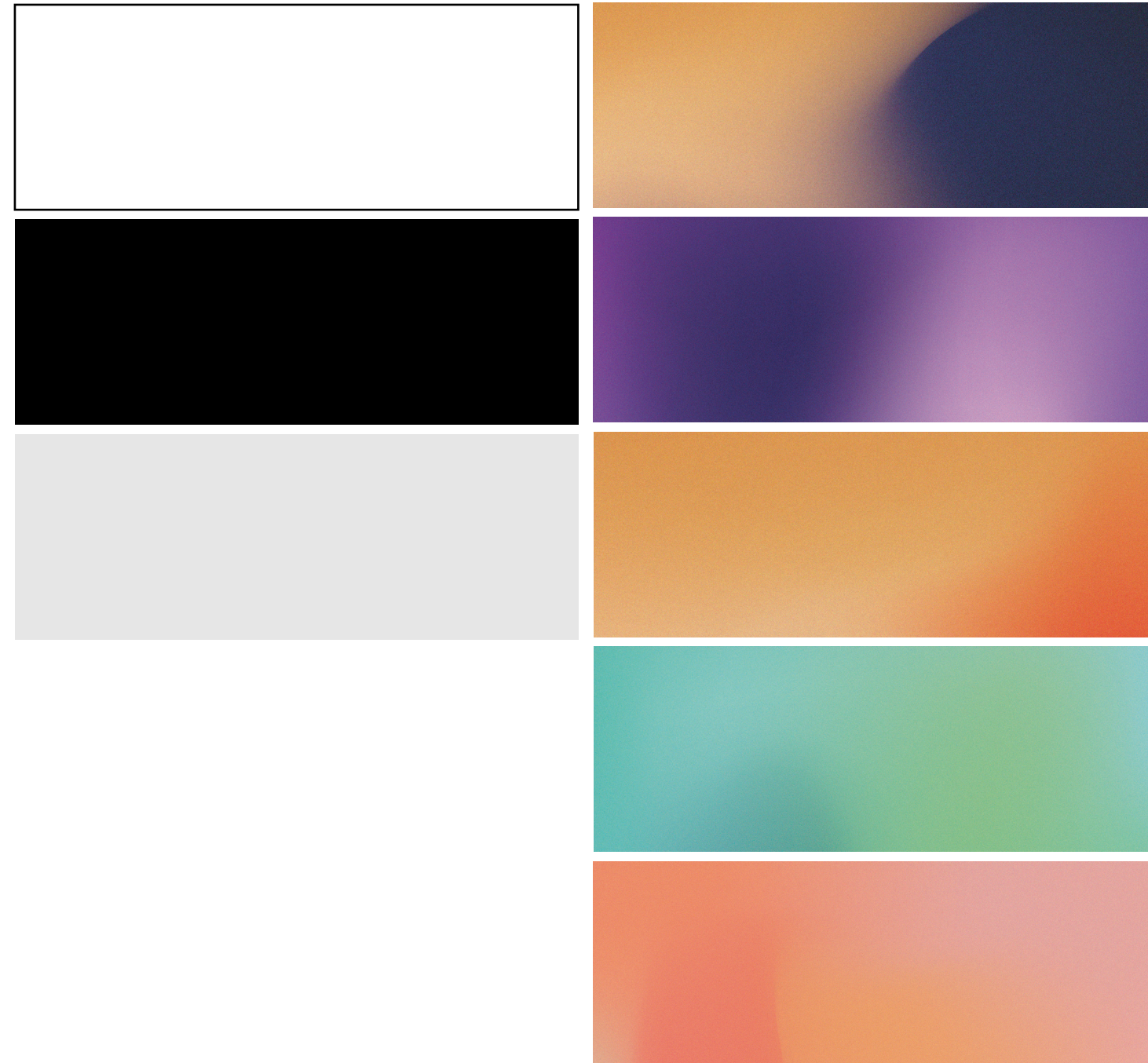
TONS NEUTRES

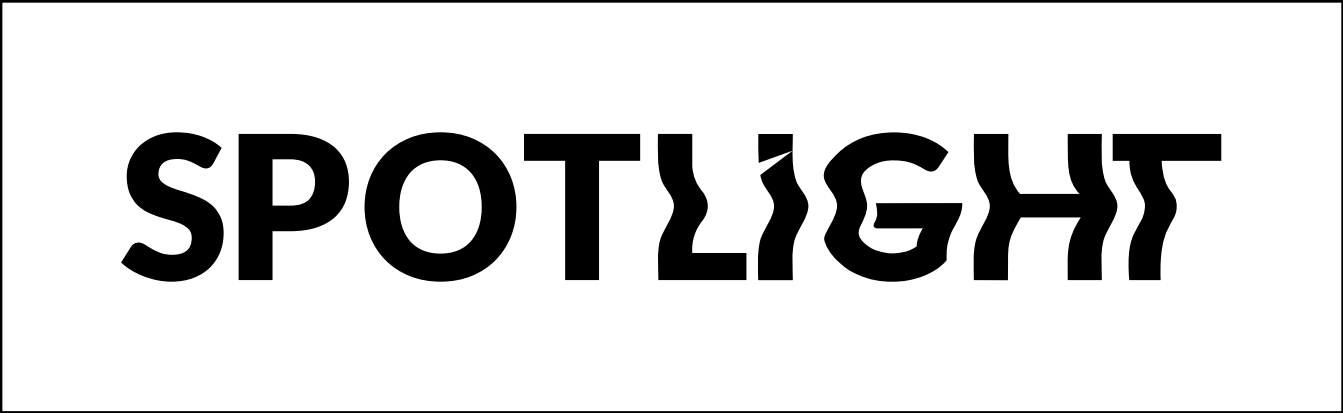
Ús de tons neutres al llarg de tota la revista per aconseguir un estil minimalista i net.

Predominaran els blancs on reposarà la vista durant la lectura.

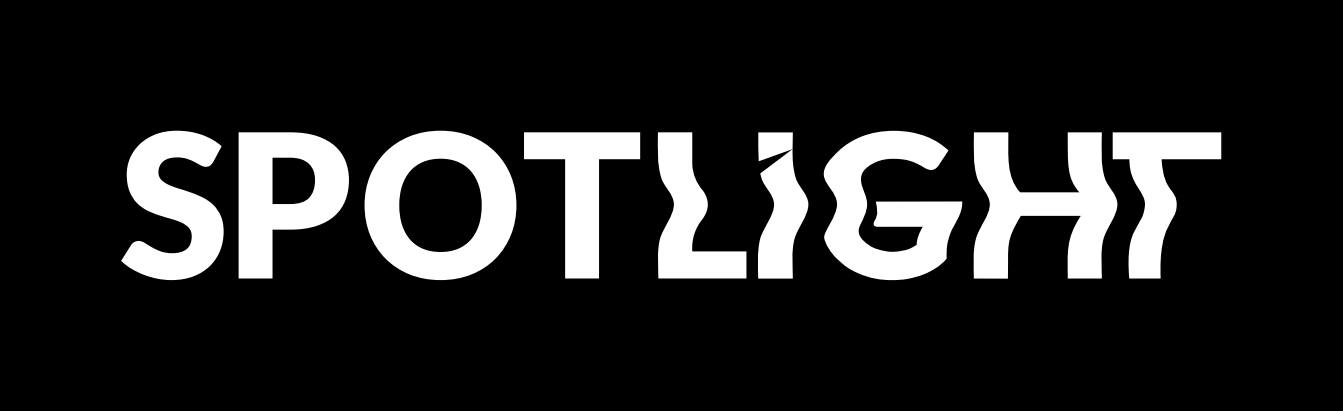
ÚS DE LES DEGRADACIONS

Ús de degradats per definir les diferents seccions de la revista i marcar una identitat. Els diferents tons s'usaran per a les portades dels diferents articles, així com a la portada principal, marcant de manera molt visual i ràpida les diferents categories dins la revista.





SPOTLIGHT



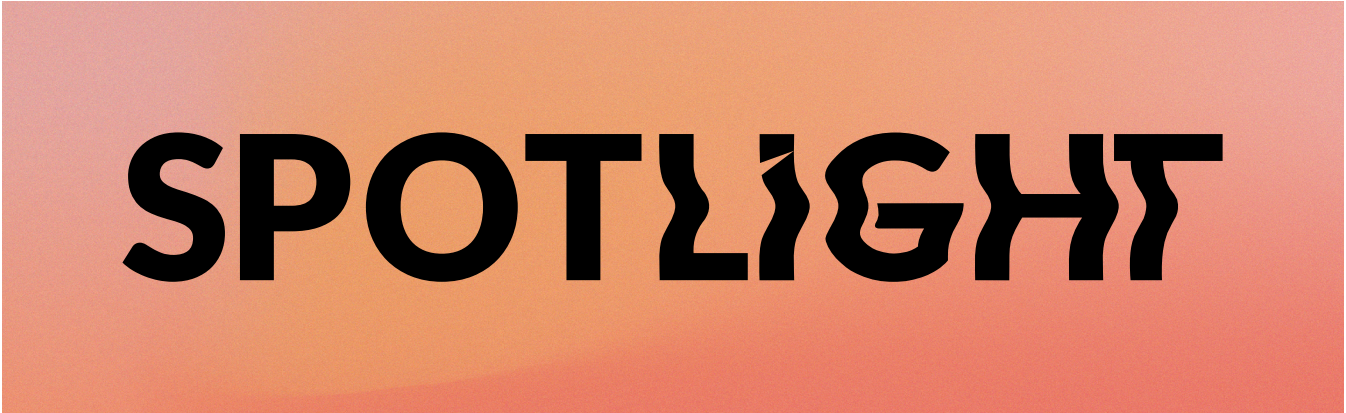
SPOTLIGHT

LOGOTIP EN POSITIU

Utilitzar el logotip en les seves versions originals. Tipografia en negre.

LOGOTIP EN NEGATIU

Per aplicar el logotip sobre fons negre utilitzar aquest amb tipografia blanca.



SPOTLIGHT



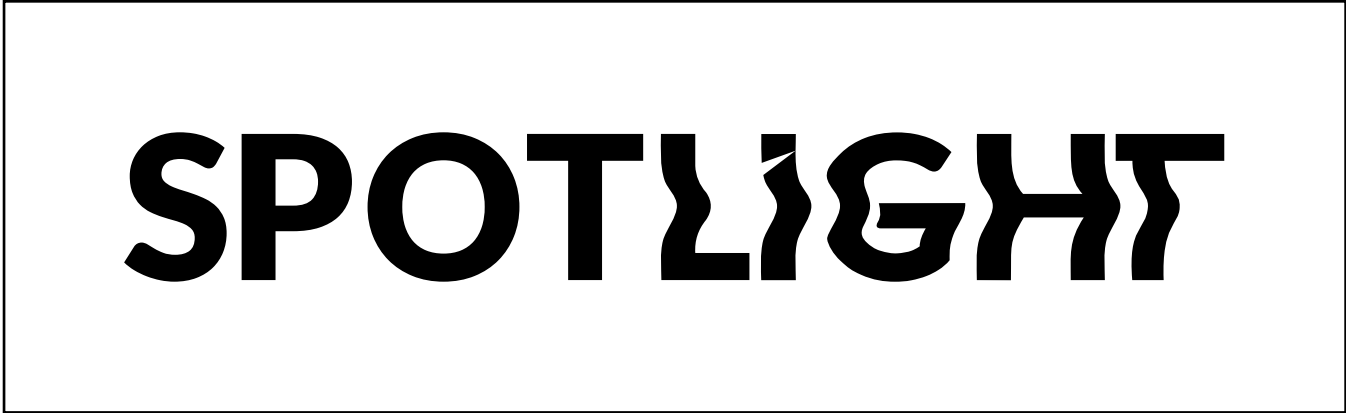
SPOTLIGHT

FONS DE COLORS CLARS

Per l'utilització del logotip sobre fons clars mantindrem la tipografia en negre.

FONS DE COLORS FOSCOS

Per a fons foscos o molt saturats, utilitzarem el logotip amb tipografia blanca.



SPOTLIGHT

FONS BLANCS

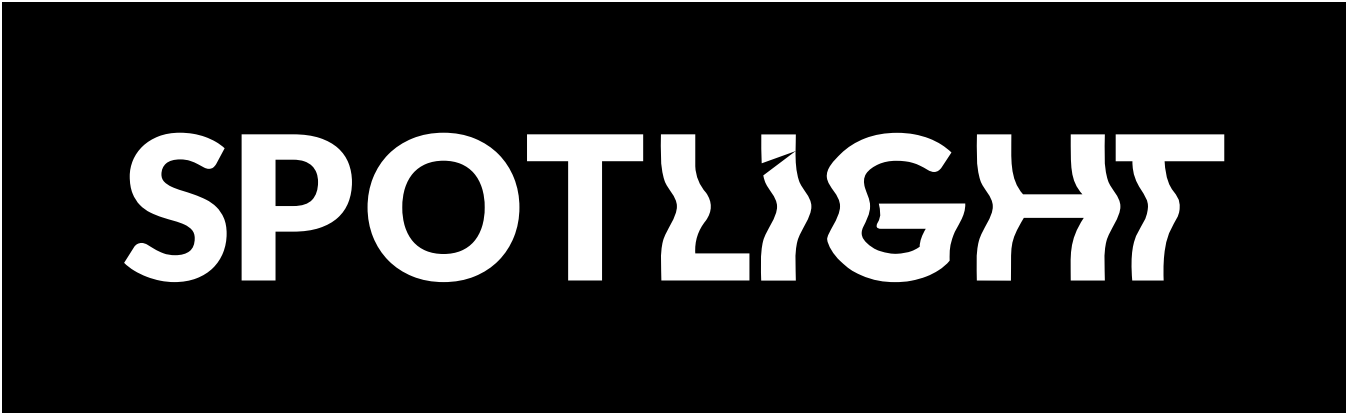
Per aplicacions en escala de grisos sobre fons blanc mantenir les normes del logotip sobre fons blanc.

FONS NEGRE

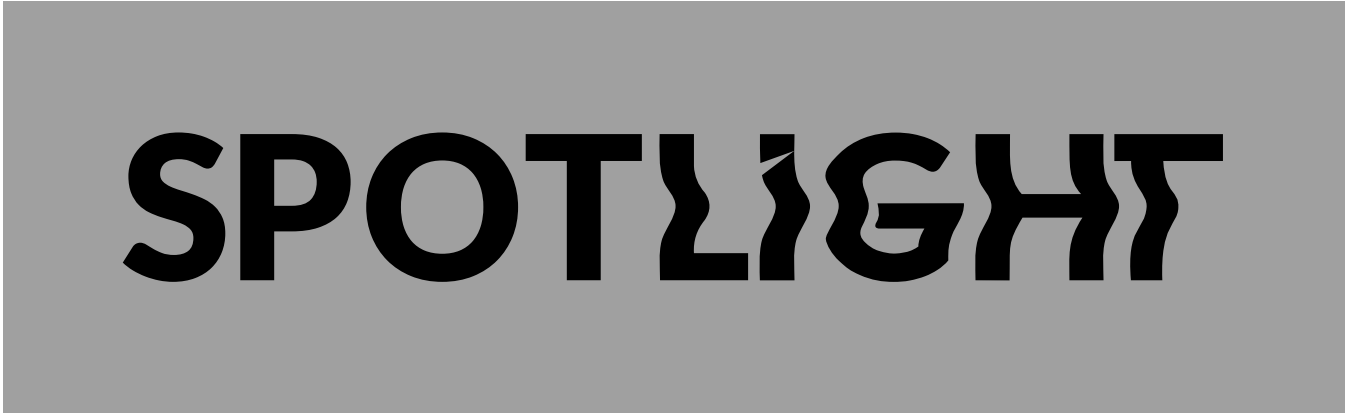
Per aplicacions en escala de grisos sobre fons negre mantenir les normes del logotip sobre fons negre.

FONS GRIS

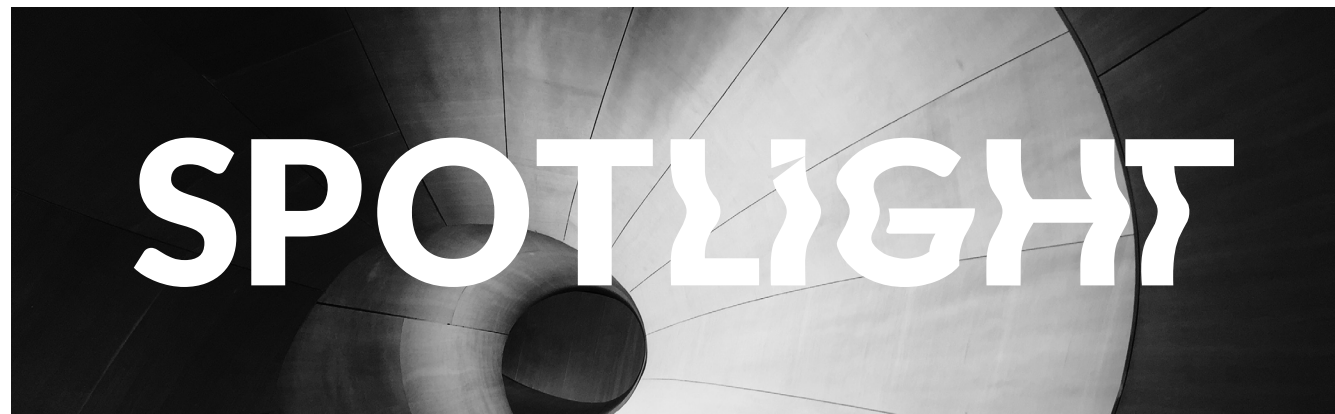
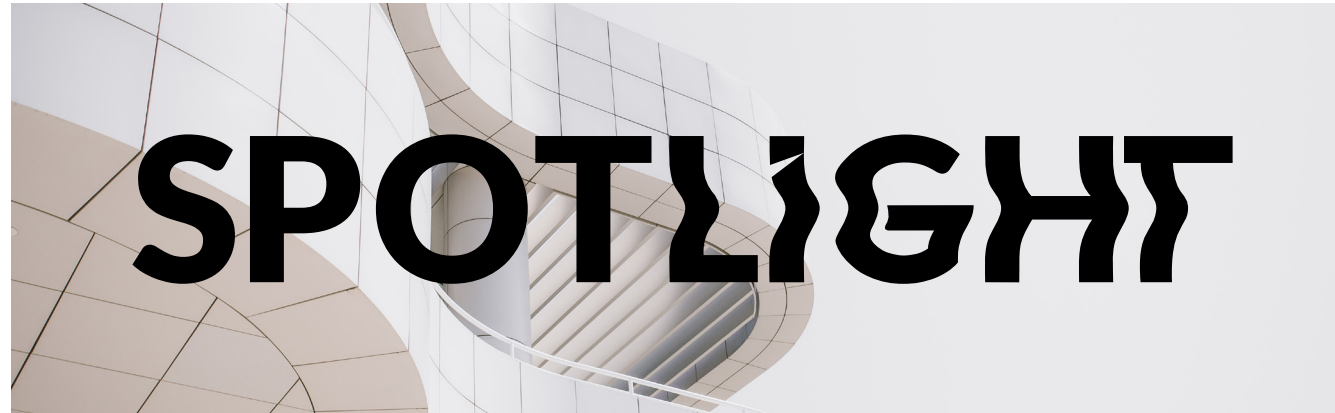
Per aplicar en escala de grisos sobre fons gris mantenir les normes del logotip sobre fons blanc.



SPOTLIGHT



SPOTLIGHT



IMATGES CORPORATIVES

A l'hora d'utilitzar el logotip sobre fotografies, utilitzarem sempre la versió que millor llegibilitat tingui, és a dir, en cas de treballar amb una imatge de colors clars, aplicarem el logotip en negre (com a les versions sobre fons blanc), per contra, si treballem amb una imatge fosca, utilitzarem el logotip en color blanc (com a les versions sobre fons negre).

IMATGE PERFIL: CIRCULAR

Imatge perfil per a xarxes socials que requereixin d'una fotografia circular.
Apte per a: Instagram, Tiktok, Whatsap, Youtube, vimeo, extensió de Google...
Ús del logotip en negre sobre degradats de colors

Dimensions: 400 x 400 pixels
Mode color: RGB
Imatge: JPG

IMATGE PERFIL: QUADRADA

Imatge perfil per a xarxes socials que requereixin d'una fotografia quadrada.
Apte per a: Facebook
Ús del logotip en negre sobre degradats de colors

Dimensions: 180 x 180 pixels
Mode color: RGB
Imatge: JPG



TIPOGRAFIA PRINCIPAL

Tipografia sans-serif (de pal sec).
La tipografia escollida té una llegibilitat molt bona tant impresa com en línia. Consta d'un gran nombre de famílies i estils, sent molt versàtil per a diferents usos i aplicacions.

Aquesta tipografia s'utilitzarà per el cos dels textos de la revista i alguns aspectes puntuals com el sumari. Així com en totes les comunicacions d'empresa tant a nivell online com offline.

TIPOGRAFIA: Source Sans Pro by Paul D. Hunt
LLICÈNCIA: Open Font

Source Sans Pro - 6 families / 12 estils

ExtraLight
ExtraLight italic

Light
Light italic

Regular
Regular italic

Semibold
Semibold italic

Bold
Bold italic

Black
Black italic

Exemple Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l
m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5
6 7 8 9 ? ; ! @ # . % & / (...) = * _ €

Exemple Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l
m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4
5 6 7 8 9 ? ; ! @ # . % & / (...) = * _ €

Servus Slab - 9 families / 18 estils

Thin
Thin italic

ExtraLight
ExtraLight italic

Light
Light italic

Regular
Regular italic

Medium
Medium italic

SemiBold
SemiBold italic

Bold
Bold italic

Extrabold
EstraBold italic

Black
Black italic

Exemple Regular

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z a b
c d e f g h i j k l m n o p q r s
t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
?;!@#· %/&/(...)=*_€

Exemple Bold

A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z a b c d
e f g h i j k l m n o p q r s t u v w
x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ?;!@#·
%/&/(...)=*_€

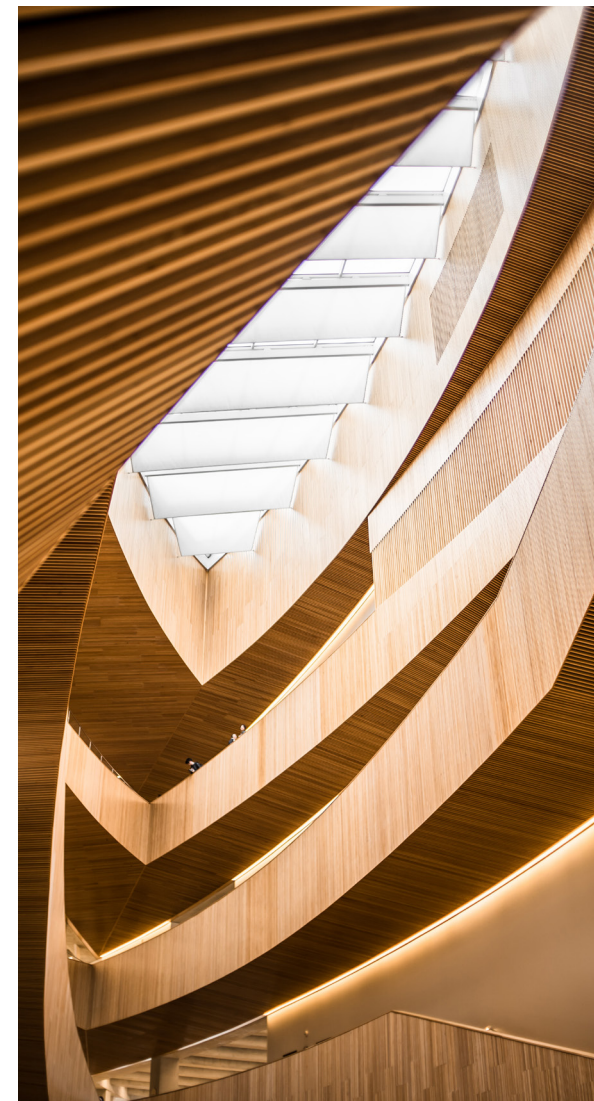
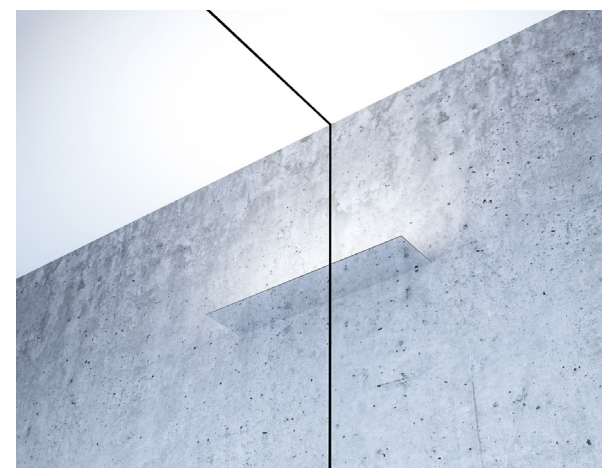
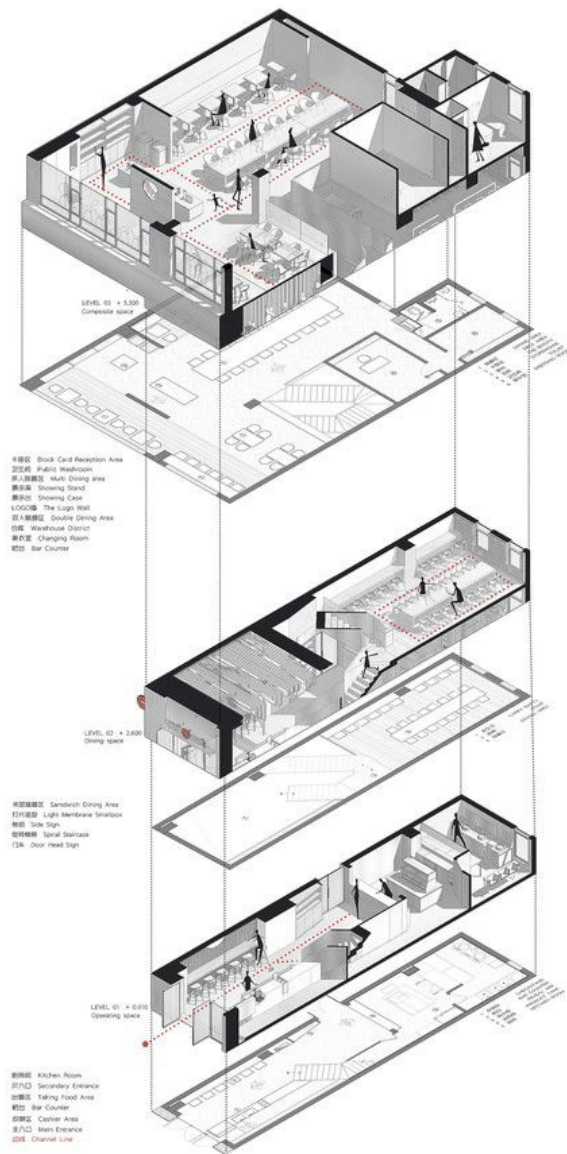
TIPOGRAFIA DESTACATS

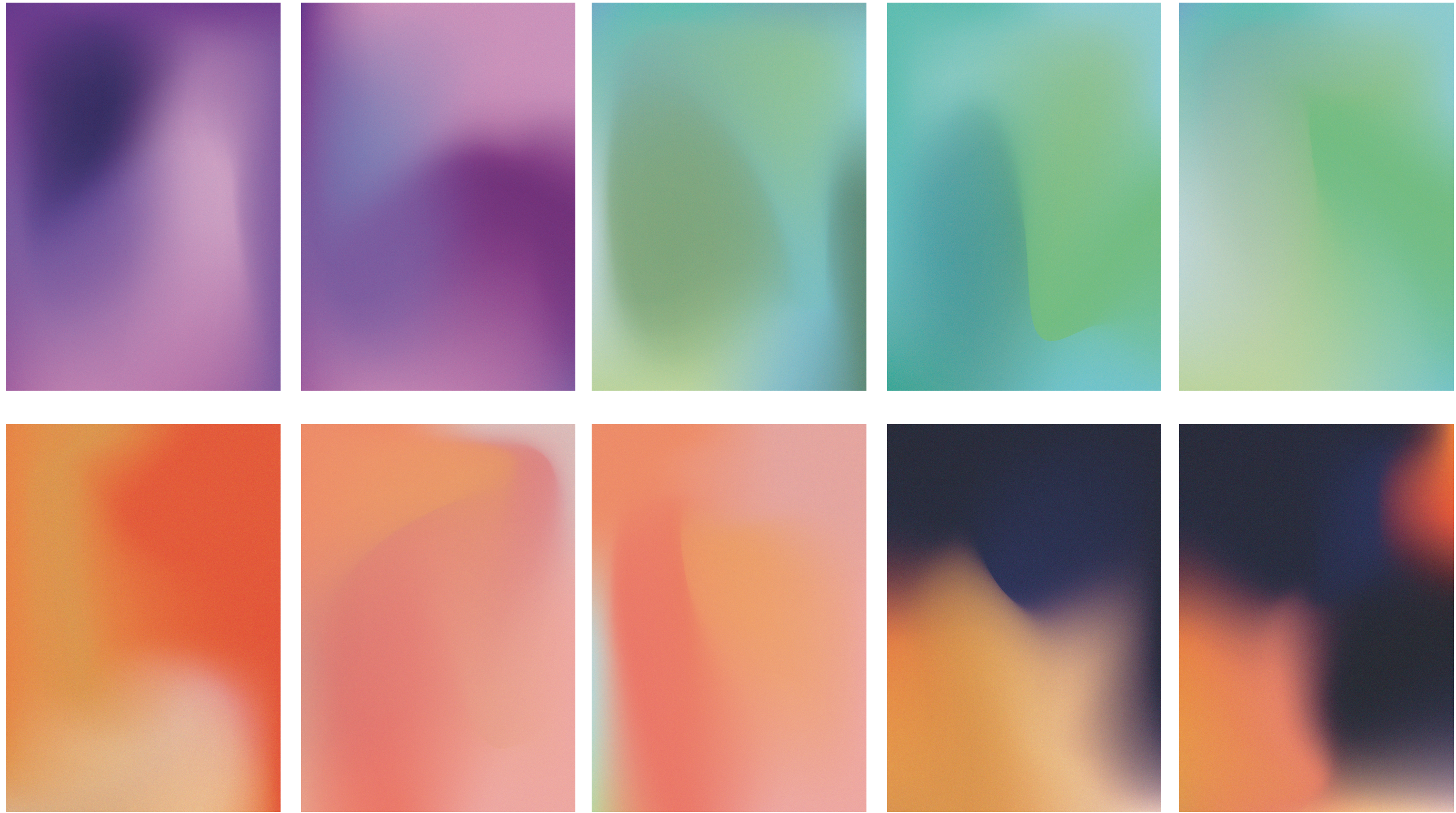
Tipografia serif.

La tipografia escollida és una font versàtil. Amb un gran nombre de famílies i estils, pot adaptar-se a una funció o una altra. Lights and Bolds, a causa de la seva forta personalitat, són perfectes per a usos display. Al mateix temps, els regulars creen una estructura harmònica que proporciona una bona llegibilitat en textos llargs.

Aquesta tipografia s'utilitzarà principalment pels titulars i destactas de la revista.

TIPOGRAFIA: Servus Slab by Michał Jarociński
LLICÈNCIA: Open Font





DEFORMACIONS

SPOTLIGHT

SPOTLIGHT

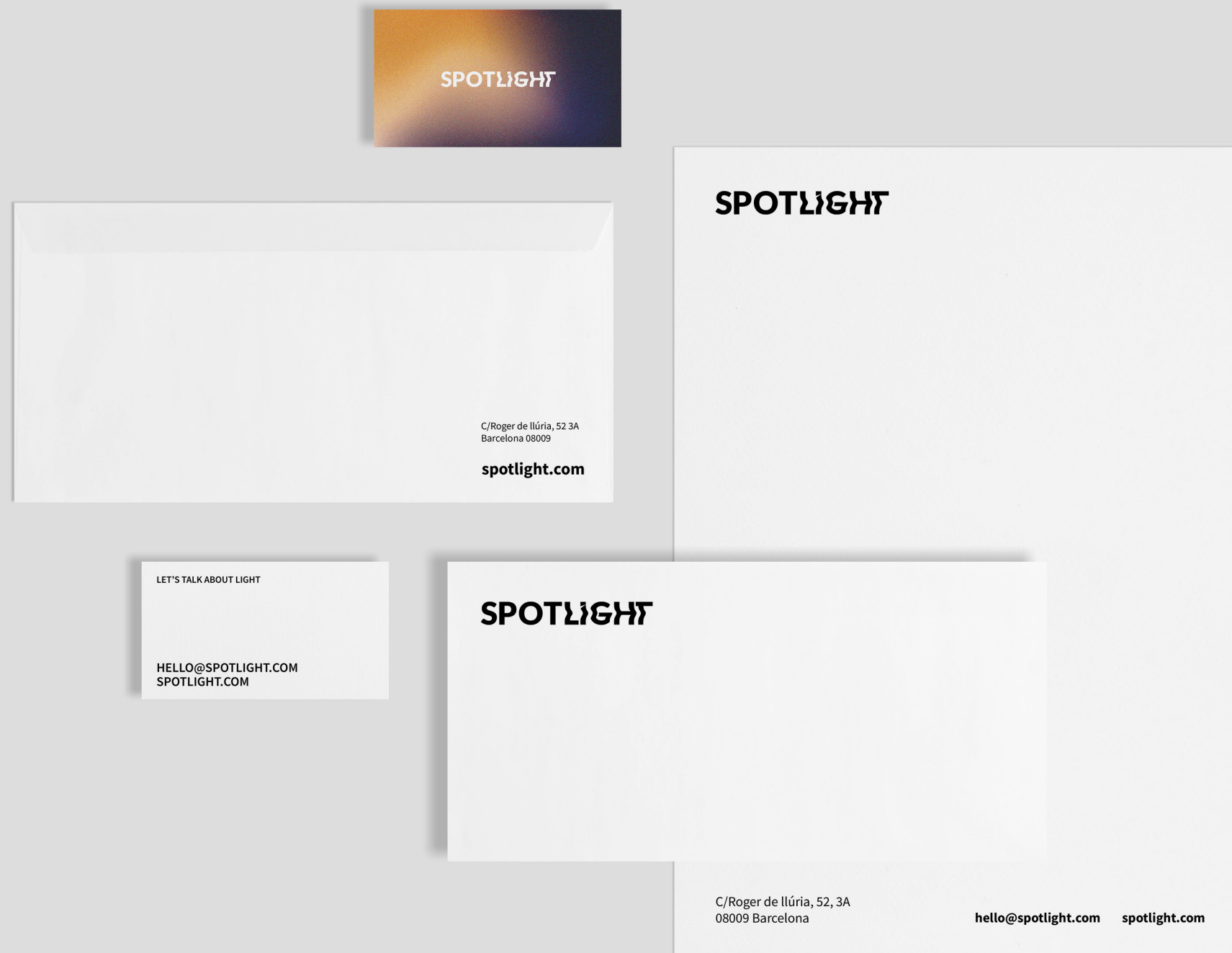
ÚS DE COLOR

SPOTLIGHT

SPOTLIGHT

SPOTLIGHT

PAPERERIA COMERCIAL



PAPERERIA COMERCIAL

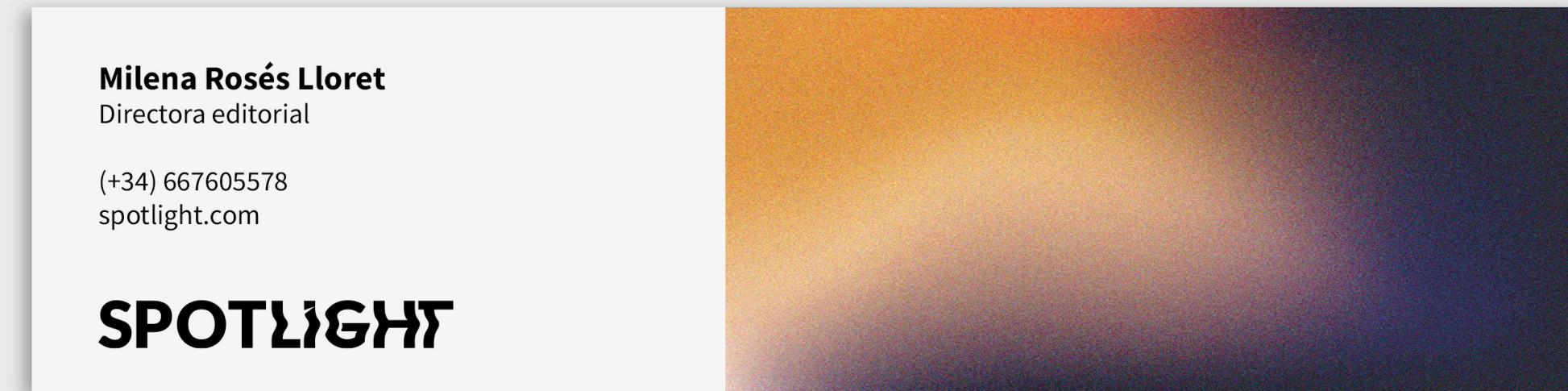


SPOTLIGHT

LET'S TALK ABOUT LIGHT

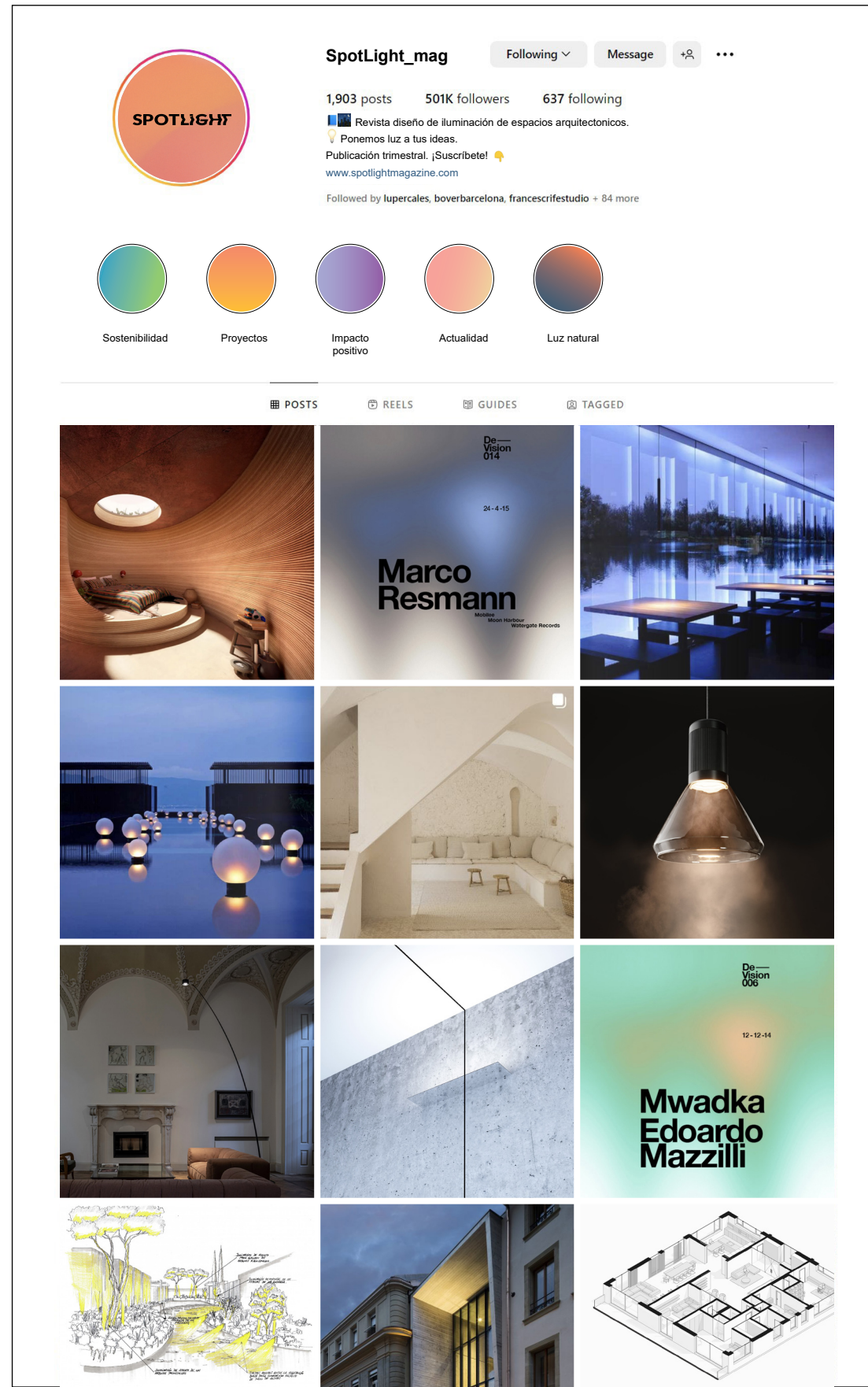
HELLO@SPOTLIGHT.COM
SPOTLIGHT.COM

SUPORT DIGITAL | FIRMA CORREU ELECTRÒNIC



TOTE BAG





PUBLICACIÓ | FEED

Imatges de projectes que es publiquen a la revista, combinades amb portades de seccions amb els degradats.

Dimensions: 1080 x 1080 pixels

Mode color: RGB

Arxiu: JPG

PUBLICACIÓ | STORIES

Imatges de projectes que es publiquen, alguna animació de les seccions, fons degradats en moviment i titulars en negre

Dimensions: 1080 x 1920 pixels

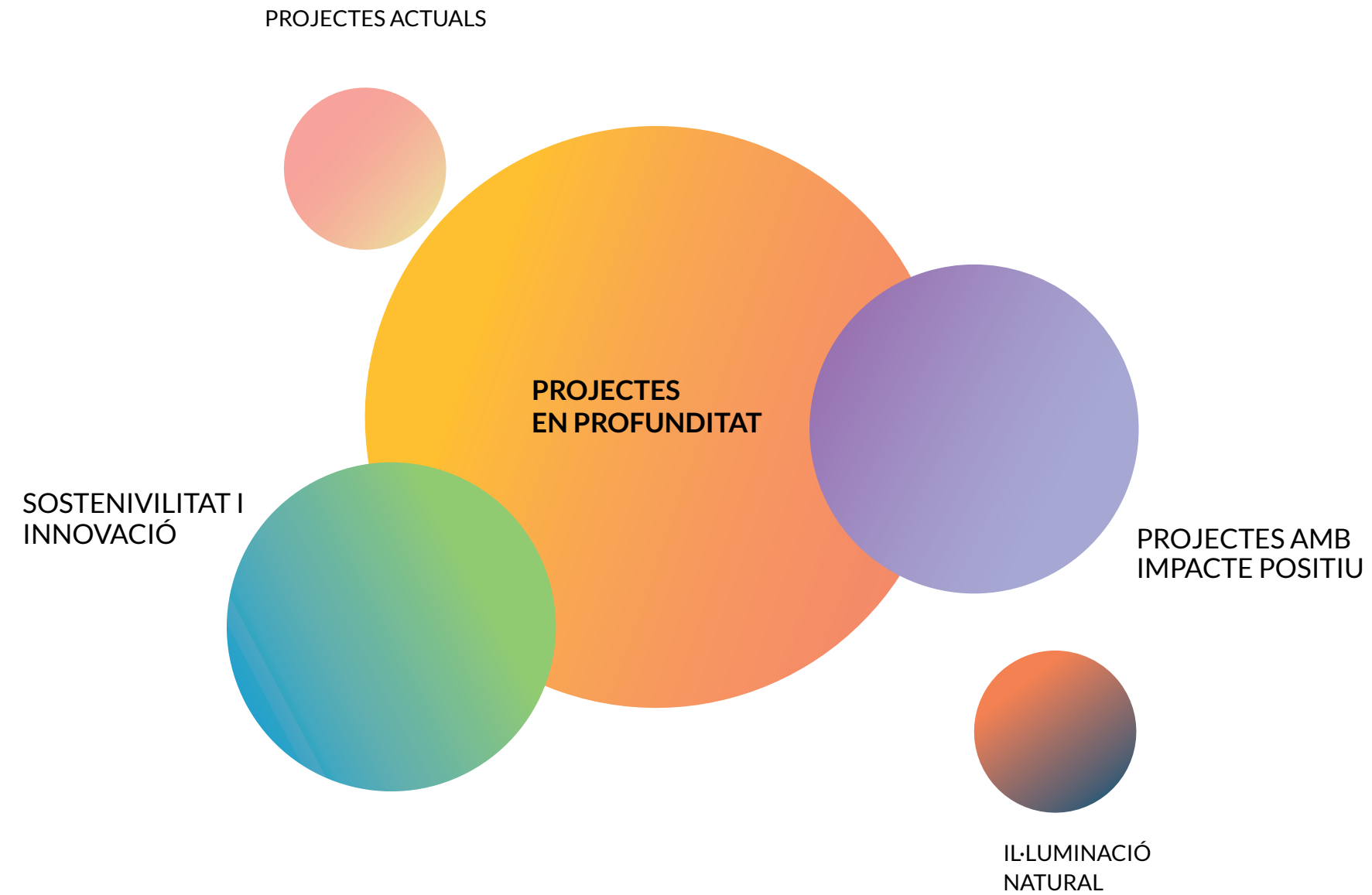
Mode color: RGB

Arxiu: JPG

Disseny i Manual d'identitat gràfica desenvolupats per a la revista especialitzada d'il·luminació arquitectònica, Spotlight.

Autora: Milena Rosés

Es podrà revisar i ampliar aquest manual cada vegada que sigui necessari amb el consentiment previ de la marca.



Després de realitzar una petita enquesta al nostre públic objectiu, hem pogut observar les àrees de major interès, aquestes son:

- Projectes en profunditat (100% dels enquestats)
- Sostenibilitat i noves tecnologies (57% dels enquestats)
- Selecció de projectes amb imacte positiu (57% dels enquestats)
- Selecció de projectes actuals (28,6% dels enquestats)
- Bones pràctiques a la il·luminació natural (28,6% dels enquestats)

A partir d'aquests resultats definirem les seccions per a la nostra revista, que combinarem entre elles de manera que les més lleugeres vagin intercalades entre les de més pes, i així crear una revista més dinàmica, que convidi a una lectura relaxada sense que tot el pes recaigui en els projectes grans.

Les seccions que trobarem a la revista seran les següents:

ON THE SPOT. (aprox. entre 50 - 56 pàgines)

Secció dedicada a projectes més llargs, on podrem llegir sobre la història darrere d'aquesta obra, imatges, plànols, lluminàries utilitzades, detalls del projecte...

LIGHT UP THE FUTURE . (aprox. entre 30-34 pàgines)

Aquest apartat anirà dedicat iniciatives que afavoreixen la sostenibilitat, ja siguin noves pràctiques, maneres d'enfocar els projectes o innovació a partir de les noves tecnologies.

IMPACTO POSITIVO. (aprox. entre 30-34 pàgines)

En aquesta secció es donarà ressó a projectes que potser per les seves característiques normalment no es troben en aquest tipus de publicacions, però son interessants pel seu impacte positiu a escala social o ambiental.

THE LIGHT BEAM . (aprox. entre 10 - 14 pàgines)

D'altra banda, trobarem també projectes més curts, on es mostrarà l'obra amb detalls d'execució però no tan en profunditat com la secció de projectes troncal.

LUZ NATURAL. (aprox. entre 10 - 14 pàgines)

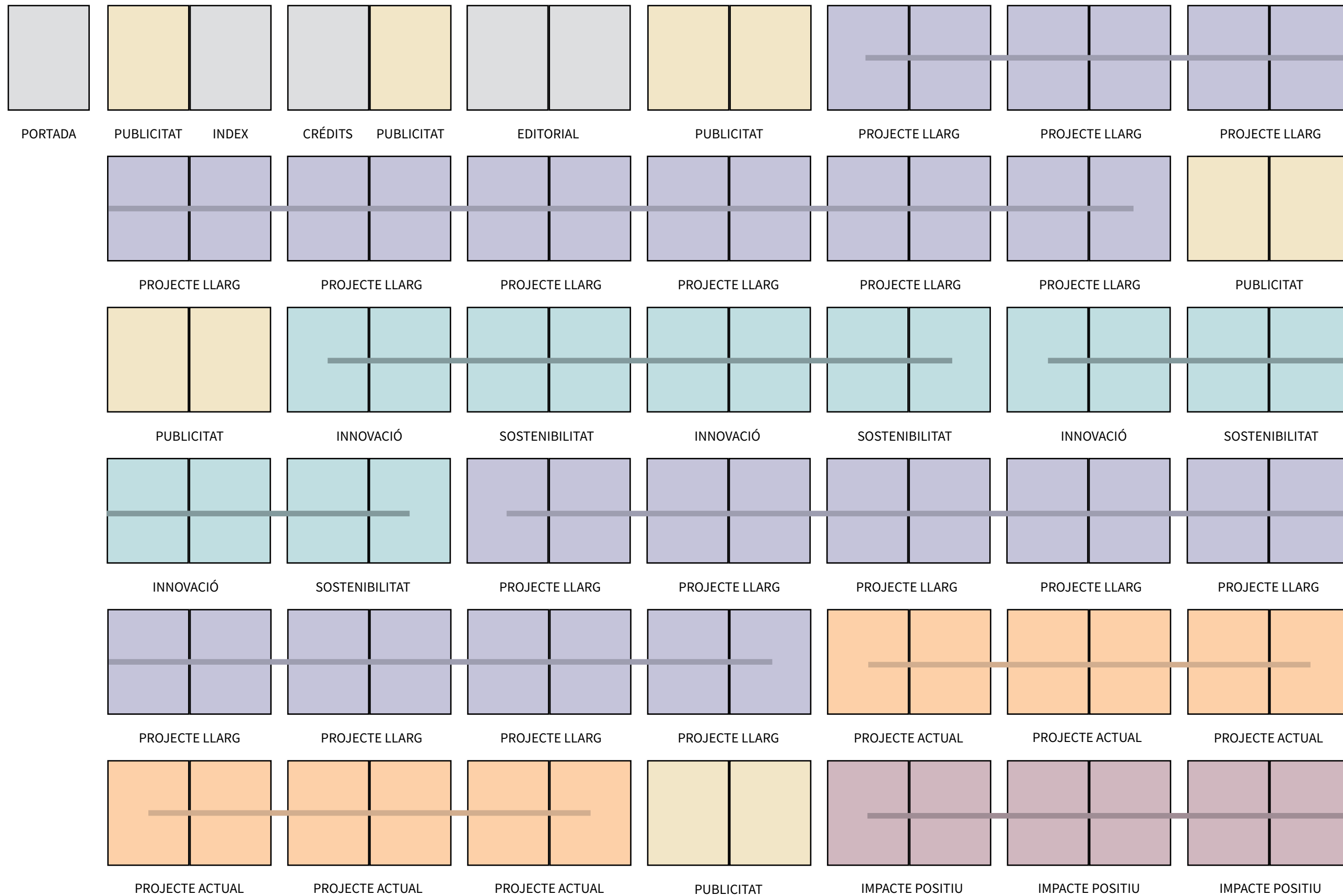
Tan important és la consciència i responsabilitat que asumim com a dissenyadors d'il·luminació a l'hora de realitzar els nostres projectes, com saber quan és necessari apagar les llums i treballar amb materials naturals. En aquesta secció es mostraran tips per a millorar en aquest sector.

Encar que no és una secció, cal tenir en compte que la revista contindrà publicitat, així s'ha de tenir present a l'hora d'estructurar la revista.

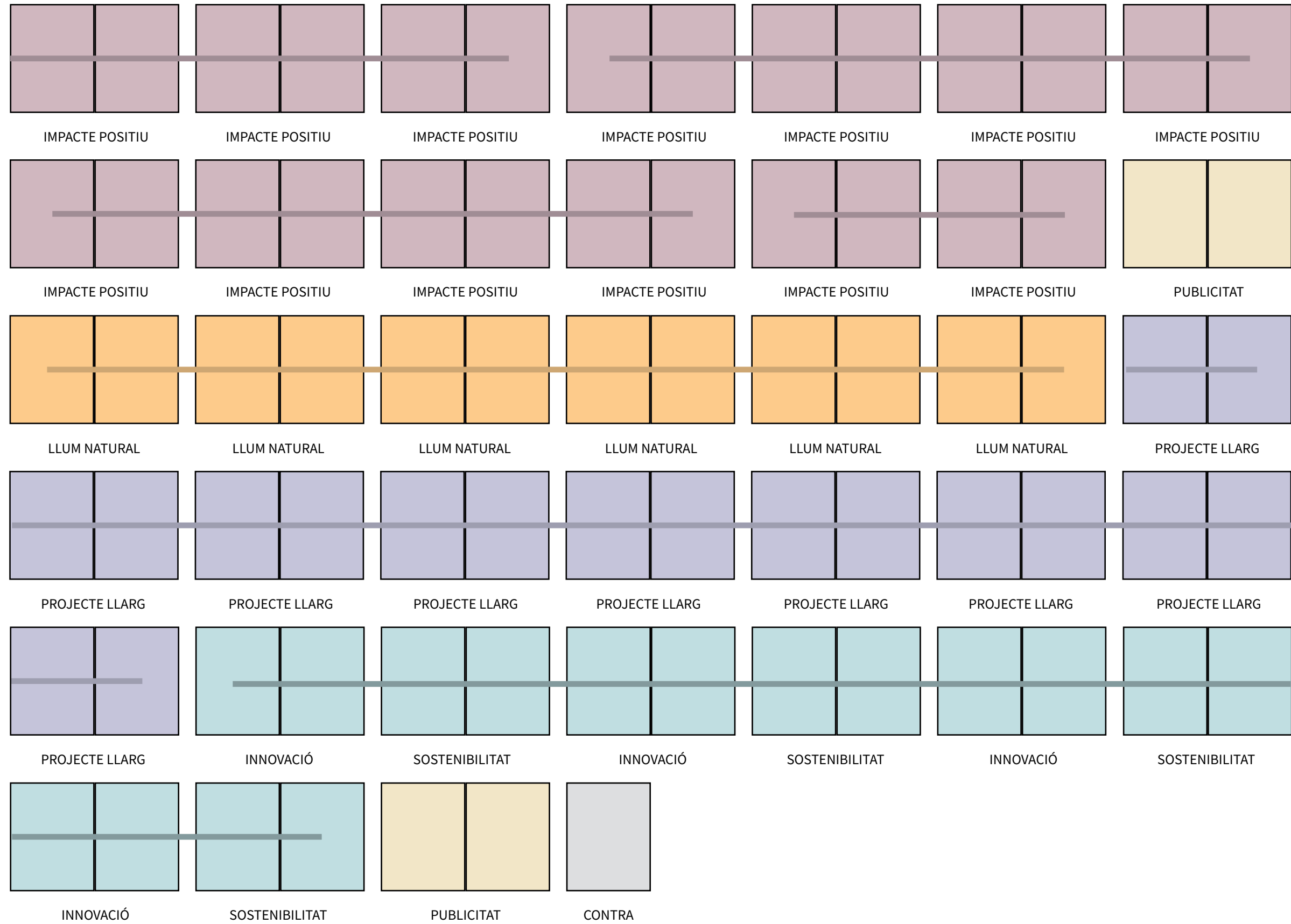
PUBLICITAT . (aprox. entre 10 - 14 pàgines)

L'objectiu principal de Spotlight és difondre la cultura de la llum d'una manera clara, accessible i amb un alt nivell gràfic. És per aquest motiu que la revista no pot tenir un preu molt elevat, així que s'hauràn de compensar els costos mitjançant l'incorporació de publicitat especialitzada en el sector, sempre respectant la línia gràfica de la revista.

3.2 PLANILLO

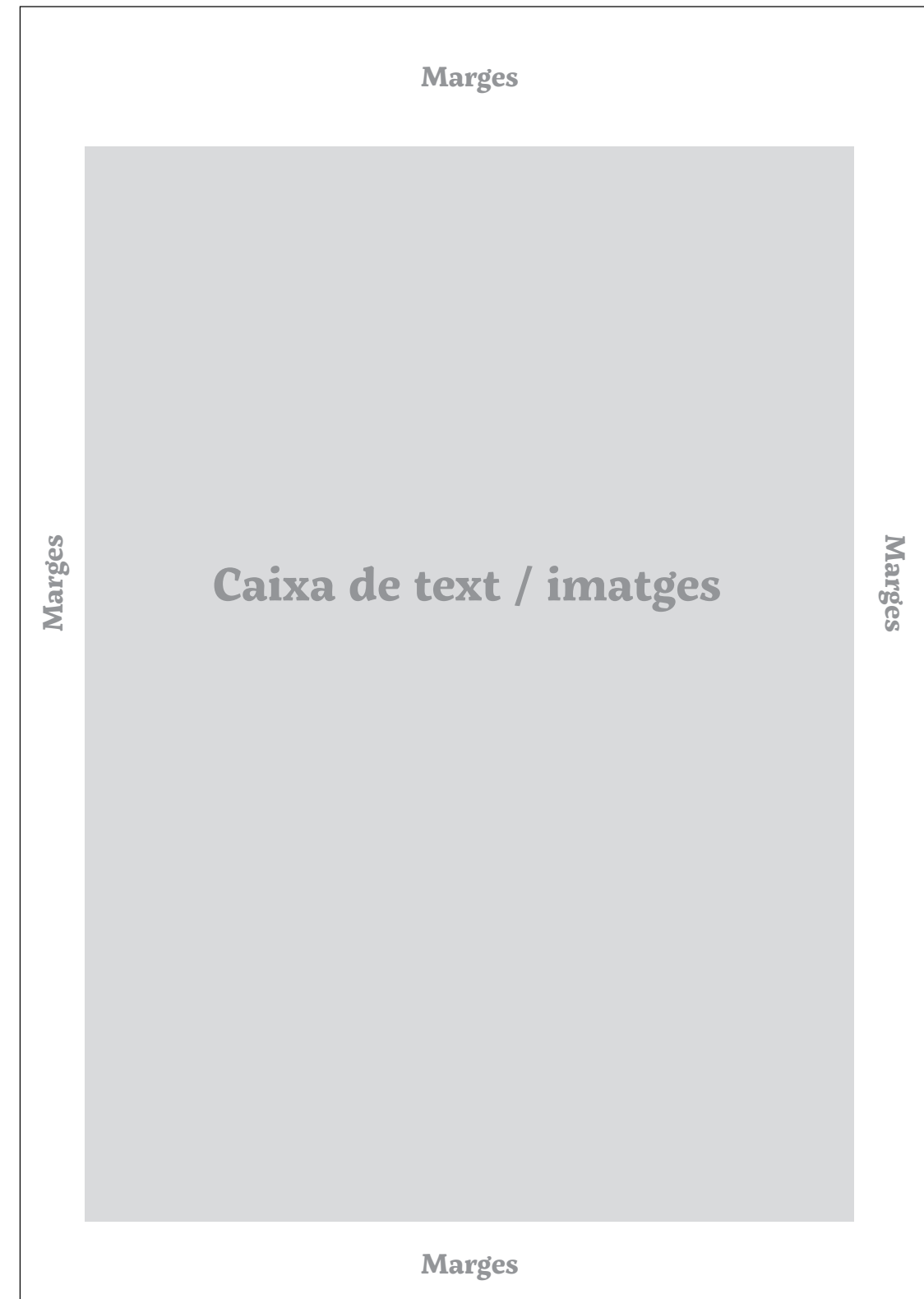


3.2 PLANILLO



Volem una revista dinàmica que reflexi els nostres temps i l'esperit professional del sector. Alhora volem transmetre un aire seré i conceptual que apel·li als gustos visuals dels nostres lectors.

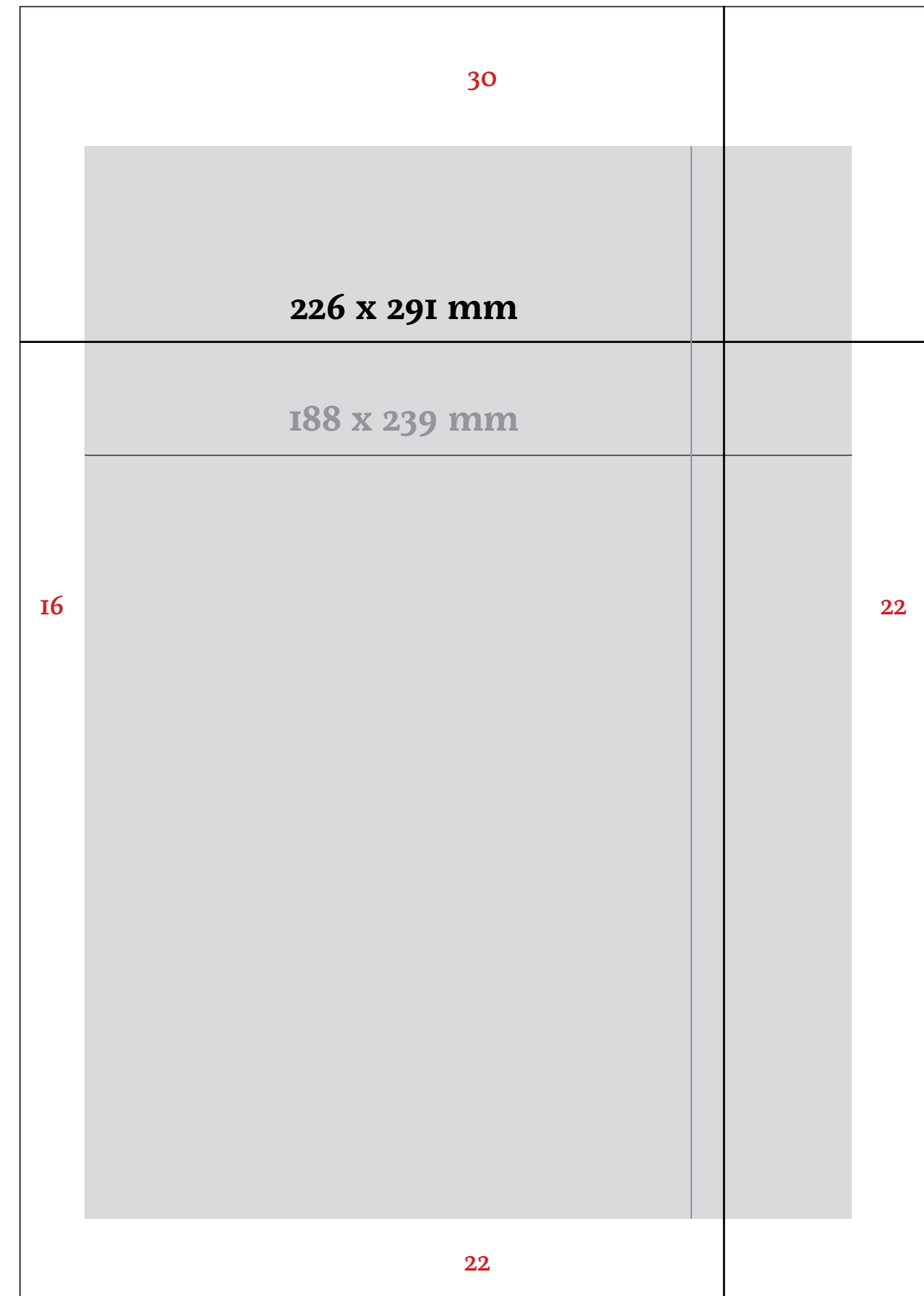
És per aquest motiu que usarem uns marges mitjans, sense massa tensió, per tal d'harmonitzar el pes visual, aportant el dinamisme dins la composició.



3.3 FORMAT | MIDES

El format de la revista serà **291 x 226 mm**, ja que considerem que aquest format ens permet comunicar amb imatges de gran qualitat, a més a més té una **bona proporció entre les mides finals i el gruix**, i és agradable de tenir a les mans.

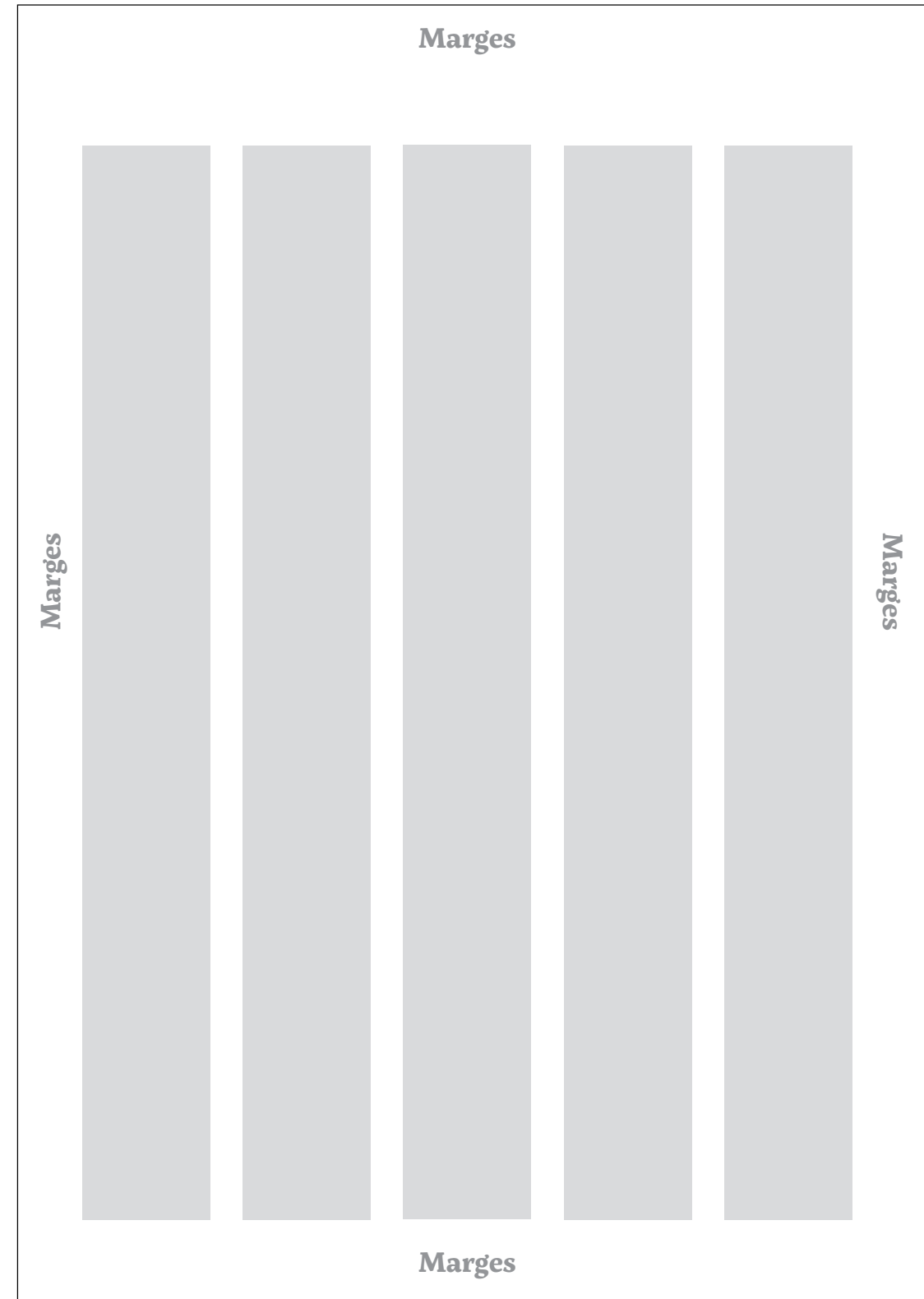
És proposa una enquadernació fresada i encolada.



3.3 FORMAT | COLUMNES

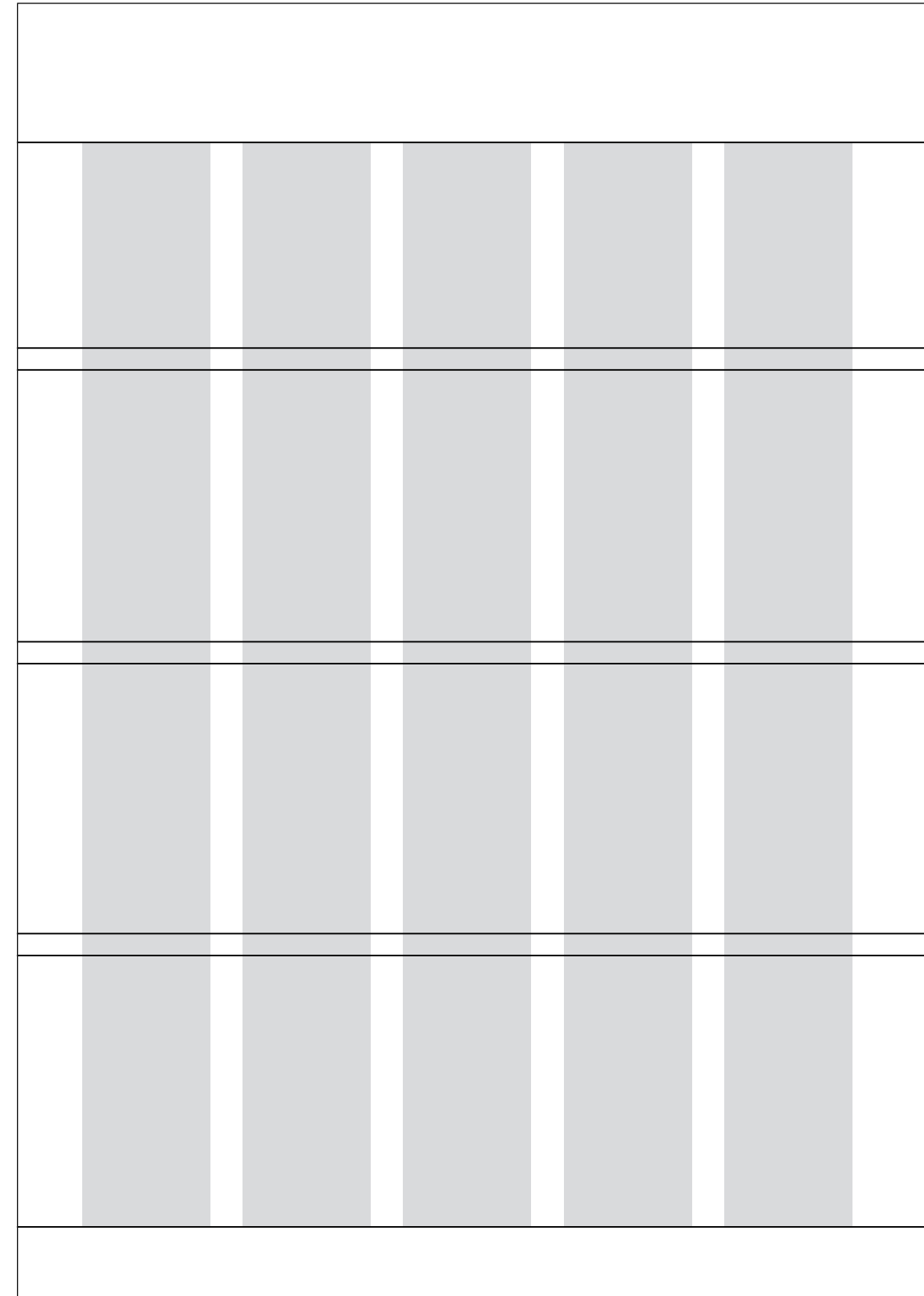
Utilitzarem una retícula de **5 columnes** per aconseguir una **composició entre elements més dinàmica** que fent servir un nombre de columnes parell.

Volem tenir una **estructura sòlida i característica** que marqui la línia editorial de la nostra marca, però que alhora ens permeti tenir **flexibilitat** a l'hora de dissenyar i maquetar l'interior de la revista.

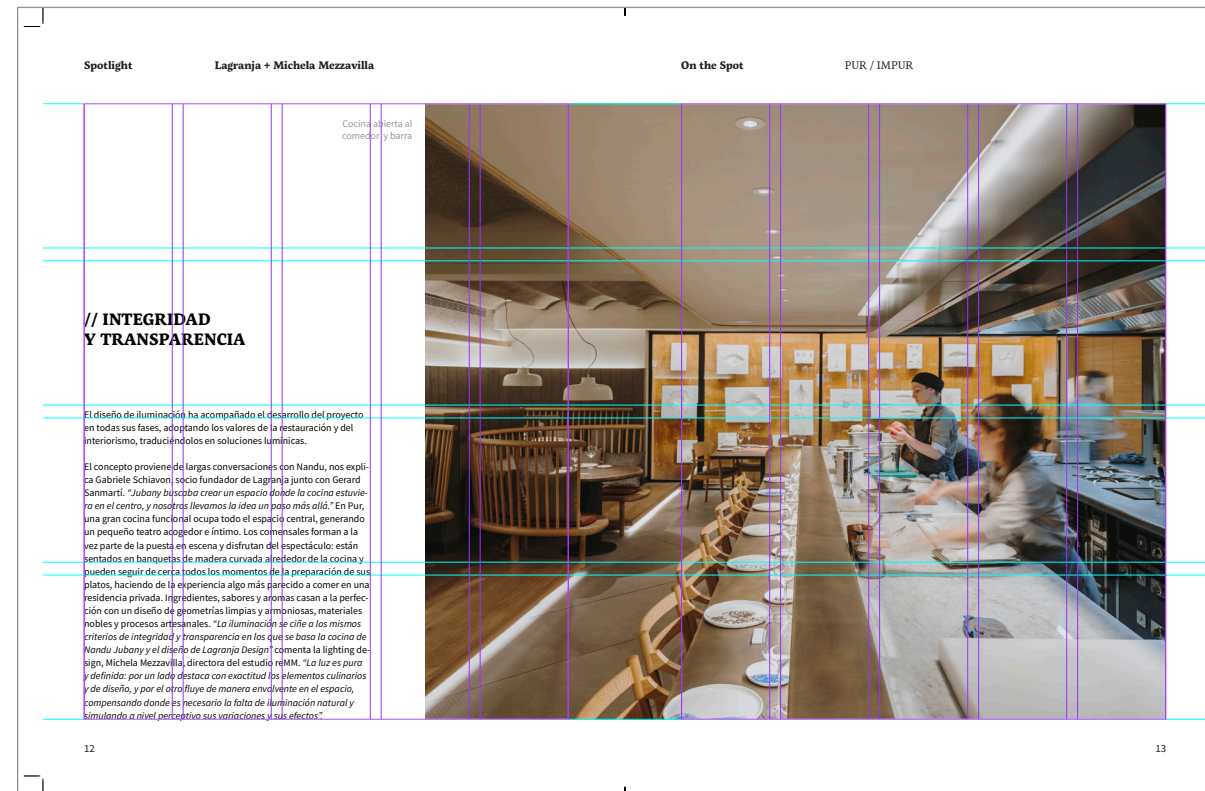


3.3 FORMAT | RETÍCULA

Per a realitzar el disseny, i degut a que el nostre contingut és **ric tan en text com en imatges**, aplicarem una **retícula mòdular** que ens ajudarà a estructurar els diferents mòduls de contingut. Mitjançant el suport de l'estructura modular podem crear composicions més **dinàmiques i visualment atractives sense trencar l'ordre visual del contingut**.



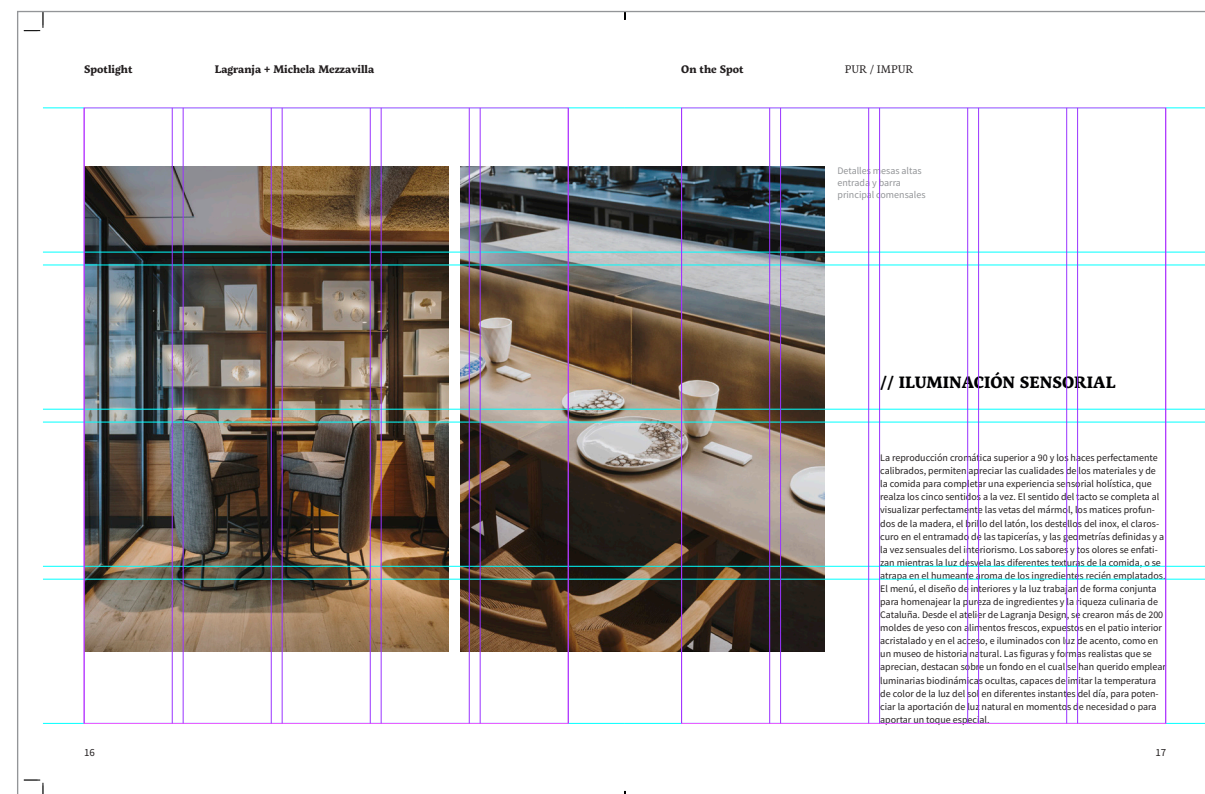
Les composicions seràn **asimètriques**, fet que aportarà **dinamisme i direccionalitat**. Els diferents nivells de lectura estaràn guiats per les **jerarquies tipogràfiques** i la col·locació de les imatges. En tota la composició es **respectan molt els blancs**, que aportaràn pau visual i tranquil·litat en la lectura.



Secció: On The Spot

Secció principal de la revista. Aquesta serà la columna vertebral de cada número i es basarà en un monogràfic d'un estudi d'il·luminació. Aquesta constarà d'un espai d'unes 50 pàgines dins de cada edició i estarà dividida en 3 projectes grans.

El ritme serà més pausat que en altres seccions. Les caixes de text ocuparan 3 columnes, de manera que ajudin a una lectura més tranquil·la. Tot i que al llarg de la secció s'usaran diferents layouts - on les caixes de text canvien de posició - es mantindrà una amplada constant que aportarà continuïtat i unitat.



Spotlight

¿El mayor desafío?

Contrariamente a la creencia popular, el mercado solar fuera de la red es mucho más colaborativo que competitivo. Entonces, en Etiopía, el principal obstáculo no es la competencia, es el acceso a la moneda fuerte. Tenemos un importador en Etiopía que quiere importar un centenar de lámparas porque puede venderlas muy bien, pero simplemente no puede convertir su moneda a dólares estadounidenses porque Etiopía tiene una crisis de divisas.

Nos enfrentamos a muchos desafíos que no tienen nada que ver con los residuos o el medio ambiente, tienen que ver con los flujos de caja y las finanzas. De una manera muy pragmática, toda la cadena de valor de la entrega de energía solar fuera de la red es un problema financiero. Creo que se puede argumentar que casi toda la energía renovable es una cuestión financiera porque siempre se trata de una inversión inicial.

Todas las personas que consideramos clientes nunca han sido bancables, no han tenido cuentas bancarias ni historial crediticio. No han tenido forma de ser evaluados por su solvencia crediticia. La transición que han traído los pagos móviles al continente africano ha cambiado esta cuestión. Esto no ha venido de Barclays o Deutsche Bank, ha venido de organizaciones como Safari Com y M'N. Sus plataformas de pago móvil de repente están creando historiales de crédito para personas que nunca antes habían tenido cuentas bancarias y que probablemente nunca tendrían cuentas bancarias. Existe esta

Las mujeres en el sitio de desplazamiento investigan los nuevos lámparas solares Little Sun. Foto: Rikke Tupaiz/Agencia de las Naciones Unidas para la Migración OIM © 2017

Monja en colaboración con UNICEF repartiendo Little Sun a mujeres etiopias. Foto: Little Sun




92

Secció: Impacto Positivo

Secció amb articles de projectes relacionats amb tenir un impacte positiu sobre la societat o el medi. Aquests seràn de més fàcil lectura que els projectes arquitectònics d'altres seccions.

Ritme dinàmic on les imatges són les protagonistes. Les dades i la història son importants però es vol posar en relleu l'impacte social del producte / projecte i les seves possibilitats en un simple cop d'ull. Es per aquest motiu que les caixes de text ocuparan dues columnes i les dades estaran disposades en format de titulars. Les imatges ocuparan gran part de la secció, sempre mantenint les asimetries i els blancs característics de la nostra editorial.

Spotlight

Impacto Positivo

Little Sun

gran oportunidad que la gente ve en este momento, pero eso no significa que los desafíos hayan desaparecido.

Tenemos dos hilos de trabajo; una línea es la comunicación global de preguntas sobre el acceso a la energía, lo que implica asistir a eventos como la conferencia Path to Paris en Nueva York, donde Olafur hizo un amanecer solar con la audiencia. Fue interesante cómo un buen artista podía venir con un proyecto solar y tocar los corazones de las personas allí. Crea colaboración y acción de la misma manera que la música. Realmente apreciamos el valor emocional del diseño y la interconexión global.

La segunda línea de nuestro trabajo, como he mencionado, es la adaptación de soluciones solares fuera de la red para las personas en el África subsahariana. Si bien este es un problema profético, realmente creemos que nuestro valor radica en la conexión de las personas a través de nuestras obras de arte y nuestros productos.

“Esto me ayudará a estudiar por la noche. Reemplazará el fuego de leña, que es lo que normalmente uso como luz cuando leo mis libros escolares”.

Kaira, estudiante


Kaira lleva su lámpara Little Sun alrededor del cuello. Foto: Rikke Tupaiz/Agencia OIM

¿Qué le depara el futuro a Little Sun?

Siempre quedará una misión, que es llevar lámparas solares al África subsahariana. Estamos buscando financiamiento para expandirnos a un sistema de pago por uso, que es como un sistema de alquiler. Estamos buscando hacer crecer lo que tenemos como núcleo que es el espíritu empresarial y la entrega de energía. Al mismo tiempo, estamos trabajando en la trayectoria de buscar donaciones en el mercado global para entregar a niños en edad escolar en varios países donde no creemos que el mercado pueda aceptar lámparas de inmediato.

También estamos presionando para vender tantas unidades como podamos en el norte global, principalmente Europa y un poco de América. Cualquier ganancia que obtengamos de eso financiará el sur global y realmente impulsamos toda esta idea de defensa energética.

Los desplazados de los kits de dignidad usan la lámpara solar Little Sun en Dolo Itay, región de Sorbali. Foto: Rikke Tupaiz/Agencia de las Naciones Unidas para la Migración OIM © 2017




94

95

IMPRESSIÓ ÒFSET

Sistema d'impressió més habitual en aquest tipus de productes ja que permet un tiratge mitjà-alt sense comprometre la qualitat de les imatges. També consta d'una gran varietat de suports de paper (diferents qualitats i acabats) fet que la fa versàtil.

El temps de producció és ràpid, el qual afavoreix els tiratges on s'ha de preparar el nou contingut en un període curt o semicurt. Per a tiratges grans és més competitiu que el làser, ja que guanya en velocitat i resulta més rentable la unitat (com més unitat millor de preu).

El paper escollit, tant interior com exterior, és el Munken print White, un producte d'alta qualitat, amb un blanc pur apropiat tant per a la impressió d'imatges a color com en blanc i negre. Ofereix un tacte natural que es distancia de les impressions de revistes de paper setinat que sempre tenen un aspecte de producció masiva i en grans sèries.

FITXA TÈCNICA REVISTA

Publicació	Trimestral
Pàgines	158 + cobertes
Financiació	Publicitat+subscriptors
Preu estimat	15 €
Suport	paper
Format	291 x 226 mm

FITXA TÈCNICA IMPRESSIÓ

Impressió	Òfset
Tiratge	7.000
Suport	paper
Número de tintes	4+4
Tintes	CMYK
Paper exterior	Munken print White 300 gr
Acabat coberta	Laminat mate
Paper interior	Munken print White 115 gr
Enquadernació	fresada encolada
Plecs	10 plecs de 16
Llom	14 mm

Per desenvolupar aquesta memòria ha sigut necessària una estricta organització de les fases de treball. Les fases prèvies a la creació de qualsevol projecte són realment importants a l'hora de poder obtenir un resultat coherent i professional.

Sovint aquestes fases (investigació, ideació, conceptualització) són les més llargues, o com a mínim, són les fases amb més punts a seguir. És per aquest motiu que és important realitzar una programació i un diagrama de Gantt detallant les diferents tasques de cada fase i els temps estimats de desenvolupament. Tot i que després aquest es pot anar reajustant segons les necessitats del projecte, és imprescindible realitzar-lo a l'inici i intentar complir els temps establerts.

A l'inici d'aquest grau em vaig adonar de l'alt estàndard visual que tenim actualment el públic usuari i l'exigència que demanem a les empreses i dissenyadors que produeixen tot el que ens envolta dia a dia, i que ens arriba a través de productes, cartells, publicitat, publicacions a instagram... i de tot en general.

Tot i les nostres exigències però, poca gent és conscient de l'esforç i la dedicació que va darrera de cada disseny. Només quan un es troba en la situació d'haver de dissenyar quelcom, per molt senzill i petit que sigui, ens n'adonem del poc coneixement executiu que tenim i com n'és de difícil traslladar la cultura visual a un disseny propi.

Com a dissenyadora d'il·luminació professional, ja estava còmode executant les meves tasques diàries, però quan em tocava realitzar alguna maquetació d'un projecte, una presentació per un client o simplement una làmina per un concurs, m'he n'adonava que hi havia alguna cosa que no acabava de funcionar. Els meus dissenys quedaven minimitzats per una falta de coherència visual a l'hora de presentar-los i això feia que perdés futures oportunitats.

És per aquest motiu que vaig decidir, fa ara cinc anys, emprendre aquesta aventura a la UOC, i no em puc creure que ja hagi arribat el semestre final. Mirant en retrospectiva, puc veure la gran evolució gràfica que he fet al llarg d'aquests anys i com cada assignatura ha anat omplint de coneixements els meus dissenys fins arribar a aquesta entrega, de la qual estic molt orgullosa, la revista d'il·luminació arquitectònica, Spotlight.

És evident que hi ha hagut assignatures que m'han influenciat (o ajudat) més en la relaització d'aquest treball, però en definitiva crec que el conjunt de totes elles ha fet que aquest tingui el resultat obtingut.

Ha sigut un procés llarg, i ple d'alt i baixos, ja que en ocasions, compaginar vida laboral i les diferents assignatures és complicat, però si pogués parlar amb la Milena del passat, li diria, tingues paciència i molta constància, que el final del trajecte ha valgut la pena.

WEBS CONSULTADES / FASE INVESTIGACIÓ

REVISTES D'IL·LUMINACIÓ

> Nacionals

Revista Lightecture - www.lightecture.com

Revista ICandela - <https://www.icandela.com>

Revista Luminica - <https://www.revistaluminica.es>

> Internacionals

Arc Magazine - <https://www.arc-magazine.com>

Luminous - <https://pdf.archiexpo.es/pdf/philips-lighting-10967.html>

REVISTES ESPECIALITZADES

> Nacionals

El Croquis - <https://elcroquis.es>

Arquitectura Viva - <https://arquitecturaviva.com/>

> Internacionals

A+U Magazine (japonesa) - <https://japan-architect.co.jp/>

Openhouse - <https://openhouse-magazine.com>

Apartamento - <https://www.apartamentomagazine.com>

Cereal - <https://readcereal.com>

TENDÈNCIES

Stack Magazines - <https://www.stackmagazines.com>

Al hayya <https://www.stackmagazines.com/product/al-hayya-issue-2/>

It's freezing in LA <https://www.stackmagazines.com/product/its-freezing-in-la-issue-9/>

Mother Tongue <https://www.stackmagazines.com/product/mother-tongue-issue-2/>

Nomad <https://www.stackmagazines.com/product/nomad-issue-10/>

Superposition <https://www.stackmagazines.com/product/superposition-issue-1/>

This Orient <https://www.stackmagazines.com/product/this-orient-issue-3/>

Too much <https://www.stackmagazines.com/product/much-issue-8/>

FONTS CONSULTADES

1. **Adell Español, Ferran i Casacuberta Sevilla, David.** *Producció i publicació digital.* Recursos UOC
2. **Alberich, Jordi; Gómez Fontanills, David; Ferrer Franquesa, Alba; Sánchez Vila, Àlex (2019).** *Tipografia icomposició tipogràfica.* Editorial UOC.
3. **Bicaku, Erika (2023, January 18).** *Top 10 graphic design trends for cutting edge design in 2023 -* Looka. Visitat Març 20, 2023, <https://looka.com/blog/graphic-design-trends/>
4. **Blasco Soplón. (2017).** *Sobreimpresión : de la pantalla al papel y viceversa.* Editorial UOC.
5. **Caldwell, Cath i Zappaterra, Yolanda (2014).** *Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales.* Ed. Gustavo Gili.
6. **García Fernández, Isabel.** Com es crea un projecte editorial. Recursos UOC.
7. **Guzowski, Mary (2018).** *The art of architectural Daylighting.* Ed. Laurence King Ltd.
8. **Kane. (2012).** *Manual de tipografía / John Kane ; [traducción de Darío Giménez] (2a ed., ampl. y rev.).* Ed. Gustavo Gili.
9. **Kane, John (2012).** "Organización por columnas". En: John Kane. *Manual de tipografía (2a. ed.)*. . p. 137-225.
10. **MCH. (2020, January 30).** *10 revistas de Arquitectura imprescindibles.* MASTER ARQUITECTURA MCH | 10 REVISTAS DE ARQUITECTURA IMPRESCINDIBLES. Visitat Març 20, 2023, <https://www.mchmaster.com/es/noticias/10-revistas-de-arquitectura-imprescindibles/>
11. **Müller-Brockmann, Josef (3a tirada 2012).** *Sistema de retículas. Un manual para diseñadores gráficos.* Editorial Gustavo Gili.
12. **Muñoz, Patricia (2016, July 15).** *6 revistas de Arquitectura imprescindibles.* Arquitectura Ideal. Visitat Març 14, 2023, <https://arquitecturaideal.com/revistas-de-arquitectura-imprescindibles/>
13. **phpBB (s.d.).** *Las Mejores Revistas de Arquitectura (recopilación).* Arquiparados. Visitat Març 14, 2023, <https://www.arquiparados.com/t926-las-mejores-revistas-de-arquitectura-recopilacion>

FONTS CONSULTADES

14. Pons Tarrazo, Juan José; Bullich Corcoy, Inés. Tipografia. Recursos de la UOC.
15. Rius Alcaraz, Amiguet Puig, C., San Cornelio Esquerdo, G., Velilla Gimenez, J. R., Llopis García, O., & Buselli, M. (2022). Projecte I: identitat i marca, febrer 2017. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
16. Roca, Clàudia (2023, January 13). *Las Tendencias de Diseño Gráfico Más interesantes para 2023*. The Power Business School. Visitat Març 20, 2023, <https://www.thepowermba.com/es/blog/tendencias-de-diseno-grafico>
17. San Cornelio, Gemma. *Projecte I: Identitat i marca*. Recursos UOC.
18. Truyol (2023, February 16). *Tendencias de Diseño editorial para libros, revistas Y catálogos*. Blog Truyol. Visitat Març 20, 2023, <https://truyol.com/blog/2023/02/16/tendencias-de-diseno-editorial/>
19. Vila Gual, Mireia (2020). *Formats d'imatge*. Ed. FUOC.
20. Villazón, Enrique; Pinzón, Andrés Augusto; Sánchez, Andrés Norberto (2020). *Luz/materia: estrategias proyectuales para la iluminación de espacios arquitectónicos*. Editorial Universidad de los Andes. www.elibro.net

TIPOGRAFIES UTILITZADES

Realització de la memòria

TIPOGRAFIA Lato by Łukasz Dziejcz

LLICÈNCIA Open Font

FONT Google Fonts

TIPOGRAFIA Crimson Text by Sebastian Kosch

LLICÈNCIA Open Font

FONT Google Fonts

Realització de la revista

TIPOGRAFIA Source Sans Pro by Paul D. Hunt

LLICÈNCIA Open Font

FONT Google Fonts

TIPOGRAFIA Servus Slab by Michał Jarociński

LLICÈNCIA Open Font

FONT Adobe fonts Library

IMATGES | FASE INVESTIGACIÓ

De les següent revistes : Tant les imatges de les portades com de l'interior de la revista s'han descarregat de la pàgina web oficial de la revista.

Lightecture .

Lumínica .

ICandela .

Arc .

Luminous .

El croquis . PDF descarregat de: https://www.academia.edu/35626615/El_Croquis_147_Toyo_Ito_2005_

Arquitectura Viva . PDF descarregat de: <https://www.manuelcostoya.com/descargas/arquitectura-viva-25.pdf>

A+U . Captures de https://www.amazon.com/stores/A-U-Publishing/author/B07MZF92T4?ref=ap_rdr&store_ref=ap_rdr&isDramIntegrated=true&shoppingPortalEnabled=true

De les següent revistes : Portades descarregades de la pàgina web oficial de la revista. Interiors de www.stackmagazine.com

Openhouse .

Apartamento .

Cereal .

User persona .

Retrat d'una dona. Adobe stock photos
<https://stock.adobe.com/es/>

Moodboard .

Imatge 1 . Plànol de biblioteca pròpia.

Imatge 2 . 3 . 4 . 6 Imatges de la pàgina web de www.stackmagazine.com

Imatge 5 . Projector Sculpdot de Schreder. Imatge pàgina web del fabricant.

Imatge 7 . Imatge de la web Con Luz propia. Proyecto de iluminación de un jardín. <http://www.ad-conluzpropia.com/proyecto-de-iluminacion-jardin/>

Imatge 8 . Imatge de la revista DeZeen. Geometric perforations characterise coloured concrete housing block in Mexico https://www.dezeen.com/2023/02/14/perforations-coloured-concrete-housing-mexico/?li_source=base&li_medium=bottom_block_1

TEXTOS & IMATGES / REVISTA

SECCIÓ - ON THE SPOT

// Article - Populist Bebek

1. **Torelló, Esther** (Juny, 2018). *Lagranja y remm se unen para diseñar The Populist Bebek*. Revista Lightecture versió online. <https://www.lightecture.com/proyecto/lagranja-y-remm-se-unen-para-disenar-the-populist-bebek/>

2. **Página web oficial** - Lagranja design. <https://lagranjadesign.com/projects/the-populist-bebek/>

Imatges . Ali Bekman per la Lagranja Design.

// Article - Restaurant PUR / IMPUR

1. **Mezzavilla, Michela** (2019) Extracte Codega Awards. PUR | IMPUR RESTAURANT by Nandu Jubany
2. **Torelló, Esther**. *Iluminar los cinco sentidos*. Revista Lightecture. Número 31 - La luz y los sentidos. Pàgines 30-34 <https://www.calameo.com/read/00549516184fe20fdcbf2>

// Article - Xapo Bank

1. **Torelló, Esther**. (Juny 2022). El banco digital Xapo Premiado con una IALD Award 2022. Revista Lightecture versió online. <https://www.lightecture.com/proyecto/xapo-premiado-con-un-iald-award/>

2. **Página web oficial** - Lagranja design. <https://lagranjadesign.com/projects/xapo-bank-headquarters/>

Imatges . Lagranja Design.

SECCIÓ - THE LIGHT BEAM

// Article - Bendecido por la Luz, Iglesia Inmaculada Concepción

1. **Arc Magazine** (Fab/Març 2018). Blessed by the Light. Revista Arc Magazine número 102. Pàgines 106-113.

Imatges . Jesús Granada per a Javier Górriz

// Article - Luz hecha poesía. Fuerte Victoria Grande

1. **Górriz, Francisco Javier; Fernández, José Antonio**. *Luz hecha poesía*. Revista Lightecture número 19 - Iluminación conectada. Pàgines 38-43.

Imatges . Martín García Pérez per a DCI

SECCIÓ - IMPACTO POSITIVO

// Article - Luz y Género

1. **Belitardo, Adele** (Abril 2023). *La importancia del alumbrado público sensible al género*. Archdaily. https://www.archdaily.co/co/999169/la-importancia-del-alumbrado-publico-sensible-al-genero?ad_campaign=special-tag

Imatges .

1. Foto de Artem Kovalev, vía Unsplash
2. Foto de Ashim D'Silva, vía Unsplash
3. Foto de Filip Mroz, vía Unsplash

// Article - Little Sun

1. **Speakman, Oliver**. (Desembre 2017) *Little Sun: lighting up the dark with solar energy*. Impakter. <http://impakter.com/little-sun-lighting/>

Imatges. Pàgina oficial porjecte Little Sun i Olafur Eliasson <https://littlesun.org>
<https://olafureliasson.net/artwork/little-sun-2012/>

// Article - Luz para dormir

1. **Figueiro, Mariana** (2020). *Luz para dormir mejor: ¿Un sueño que puede convertirse en realidad?* Revista Lightecture. Número especial New ways of Thinking. Pàgina 100-110.

// Article - Paisajes de Luz

1. **Configuring Light** . Social Lightscapes Workshops 2. *Local Institutions*. Acland Burghley, London UK. https://www.configuringlight.org/klin_portfolio/acland-burghley-school-london/

Imatges. Configuring Light

// Article - Foroba Yelen

1. **Yávar, Javiera** (Abril 2014) *Proyecto de Iluminación: Foroba Yelen - Luz Colectiva para la zona rural de Mali por Matteo Ferroni*. Archdaily. https://www.archdaily.cl/cl/02-355737/proyecto-de-iluminacion-foroba-yelen-luz-colectiva-para-la-zona-rural-de-mali-por-matteo-ferroni?ad_medium=gallery

Imatges . Matteo Ferroni a Domus

SECCIÓ - LIGHT UP THE FUTURE

// Article - Waterlight

1. **Morcillo, Ricardo** (Juny 2021). *Waterlight: una lámpara que funciona con agua de mar*. Lightecture. <https://www.lightecture.com/producto/waterlight-la-luz-portatil-que-se-carga-con-agua-salada/>

Imatges .

Pàgina web oficial producto. <https://www.waterlight.com.co>

// Article - LED y Vida Silvestre

1. **Longcore, Travis** (2020). *Hazard or hope? LEDs and Wildlife*. Lightecture Revista impresa n.35 - El Paisaje nocturno urbano. Pàgines 94-100

Imatges .

1. Imatge ciutat de nit. **Títol:** Chang Mai. **Autor:** Jaboo. **Font:** Adobe Stock
2. Imatge farola insectes. **Títol:** Snowflakes swirl in the night light. **Autor:** Ru4eek. **Font:** Adobe Stock
3. Imatge papallona. **Títol:** Butterfly night neon lights. Generated by IA **Autor:** Maelgora. **Font:** Adobe Stock
4. Taules. **Autor:** Travis Longcore. **Font:** Lightecture

TEXTOS & IMATGES / REVISTA

// Article - Ciudad y Noche

1. **Narboni, Roger** (Febrer 2017). *Imagining The Future of the City At Night*. Architect Magazine. https://www.architectmagazine.com/technology/lighting/imagining-the-future-of-the-city-at-night_o

Imatges .

1. Fotografia ciutat nit cential. **Autor:** Bullrun. **Font:** Adobe Stock
2. Fotografia ciutat de Tokyo **Autor:** Takashi Watanabe. **Font:** Unsplash
3. Imatge projecte Exitimity. **Autor:** Roger Narboni.
4. Fotografia plaza del torico **Autor:** Duccio Malagamba.
5. Fotografia plaza exange **Autor:** Spiers & Major.
6. Fotografia uplights. **Autor:** Bega
7. Fotografia Residencia privada, Nordwesthaus Austria. **Autor:** Arquitectes.
8. Fotografia Conjunt teixit reflectiu i hologràfic de la marca Sies Marjan. **Autor:** Sies Marjan.
9. Visualitzacions projecte il·luminació. **Autor:** Roger Narboni.
10. Fotografia detall paviment luminiscent. **Autor:** Studio Roosegaarde
11. Fotografia paviment luminiscent. **Autor:** RCR Arquitectes.

SECCIÓ - LUZ NATURAL

// Article - Museo Jumex

1. **Guzowski, Mary** (2018). *The art of architectural Daylighting*. Ed. Laurence King Ltd. Capítol 3 - Sculpted Light. Case of study 3.1 Jumex Museum. Pàgines 91-101.

Imatges. Simon Menges.

Sketches i dibuixos tècnics. David Chipperfield

PUBLICITAT

Totes les imatges i articles per a l'elaboració de la publicitat, han estat descarregats de la pàgina web oficial de cada marca. Aquestes son les següents:

MARSET - www.marset.com

FLOS - www.flos.com

SANTA & COLE - www.santacole.com

VIBIA - www.vibia.com

DAVIDE GROPPPI - www.davidegropi.com

ESTIL LUZ - www.estiluz.com

EDITORIAL

Text original (modificat)

1. **Torelló, Esther** (2013) *Revista Lightecture n°12 Moment Factory*. Editorial - Eficiencia, bienestar y colaboración. Pàgina 2

Imatge. Milena Rosés. **Autora:** Julia Ballesteros

HISTÒRIA

Quant fa que portes la revista? La vas començar tu, per què?

Els meus inicis en el món de la il·luminació es van donar una mica per coincidència. La meua mare era l'editora d'una revista de mobiliari en l'àmbit espanyol. Per a llavors, la fira més important del sector era la fira del moble de València, que es feia juntament amb la d'il·luminació. Un dia, els promotors de la part d'il·luminació de la fira li van proposar a la meua mare fer una revista per promocionar el sector, i ella, sabent que jo havia estudiat disseny gràfic a Eina i havia fet els meus "pinitos" en el món editorial, em va proposar de portar-la jo. Al principi no ho tenia del tot clar, però finalment vaig acceptar i em vaig fer directora de la revista "Informaciones de Luz".

Poc temps després de barallar-me amb l'estètica i el look de la revista, vaig aconseguir marcar una línia gràfica diferent i més professional, i també canviar-li el nom per un de més modern i atractiu. La revista va passar a dir-se IDL.

Ara fa 12 anys, el projecte es va dissoldre i vaig decidir fundar Lightecture, una revista amb altes aspiracions. Volia crear una revista única al sector, que es desmarqués de les que hi havia en aquell moment, totes molt tècniques i en blanc i negre, així que vaig apostar per una editorial plena d'imatges a tot color, amb fotografies de qualitat i contingut de referència, que la gent li vingués de gust llegir-la quan la veiés. La meua màxima aspiració era difondre la cultura de la llum i fer-la pròxima a tothom, així que la primera premissa va ser que havia de ser gratuïta.

Llavors, quantes edicions s'han imprès fins ara? I cada quant surten els números?

Doncs si la revista fa dotze anys que funciona i el llançament és trimestral, portem 36 números, més un llançament especial.

Quants subscriptors tens? A on l'envies principalment?

Enviam al voltant de 5.000 revistes de cada número. Tot a escala nacional, amb excepció del número en col·laboració amb en Mark Major, que al ser bilingüe (en castellà i anglès) l'hem enviat a tot el món.

Tens informació del teu públic objectiu?

Bé sí, tot són professionals. Alguns estudiants també m'escriuen per subscriure's. Principalment, dissenyadors d'il·luminació, però també enviem revistes a interioristes, arquitectes, fabricants... a tot el món de la prescripció vaja.

SOBRE LA REVISTA / CONTINGUT

Com decideixes els temes? He vist que no tens seccions, vull dir, la revista no té sempre la mateixa estructura, a què es deu?

En un inici, fins al número 20, 25, la revista sí que tenia les seves seccions definides. En realitat d'alguna manera encara les té, però potser no de forma tan evident.

El que va passar és que vaig començar a rebre molts comentaris d'estudis d'il·luminació o d'arquitectura que em deien que les revistes els hi eren tan útils. Que hi trobaven tanta informació que les guardaven i que amb el temps, tornaven a consultar-les.

En aquell moment em vaig adonar que la revista s'havia tornat un manual per a molta gent, així que vaig pensar que seria més simple la recerca d'informació si feia monogràfics. D'aquesta manera s'escollia un tema (il·luminació d'hostaleria, de retail...) i tot girava entorn aquest tema central.

Quin és el teu procés de treball?

Doncs amb un any vista, decideixo els 4 temes que compondran les revistes de l'any següent i a partir d'aquí busco els subtemes o col·laboradors que hi poden encaixar.

S'ha de dir que aquesta és la teoria, però de vegades, per necessitats temporals del sector - i pel meu instint - he canviat el tema d'algun número a última hora.

Tens molts col·laboradors? Cobren alguna cosa pels articles?

Depenent del número varia. Sí que hi ha gent que és més habitual que d'altre. Amb els anys vas formant una xarxa de contactes importants i veus a qui se li dona millor, qui està més predisposat, a qui li pots demanar certs articles...

Jo sempre me'n carrego de l'entrevista central, i les altres seccions, depenent del tema, busco el col·laborador més adequat, sempre, això sí, dins el mateix sector d'il·luminació.

Cobren els col·laboradors que escriuen articles encarregats per mi, externs a la seva pròpia feina. Els que escriuen un article sobre una de les seves obres o projectes, ho fan gratuïtament a canvi de promocionar-se. La revista s'ha convertit en un gran altaveu dins el sector.

Creus que seria molt complicat fer una revista de l'estil de "El Croquis"? On es mostren de forma visual, però també tècnica tots els detalls d'un projecte (plànols, forma de treball de l'arquitecte, materials / marques, etc.)

Fa uns anys, era impensable. Actualment el sector ha canviat molt. Ara es poden demanar xifres molt més elevades als anunciants, però fa uns anys, els fabricants d'il·luminació no hi trobaven el valor en publicitar-se en revistes especialitzades, i els que ho feien, invertien molt poc. No sé molt bé com funciona el finançament de "El Croquis", però crec que entre la subscripció (que no és econòmica) i la publicitat, poden editar revistes que són quasi un llibre. Si es tinguessin les mateixes condicions per llençar una revista d'il·luminació, crec que sí, seria una opció més que viable.

La revista és gratuïta, t'has plantejat alguna vegada fer-la de subscripció o pagament i així no dependre tant de la publicitat?

Sí, la revista és gratuïta perquè era una de les bases principals del projecte. Volia arribar al màxim de públic especialitzat possible, convertint-nos en una revista referent en el sector, i sabia que la millor manera d'aconseguir-ho era fent un producte de qualitat i gratuït.

Amb el temps, m'he anat plantejant fer el canvi i demanar subscripció, però crec que no ho he arribat a fer per por... tants anys fent la publicació gratuïta i si després no se subscriu ningú?

Per què suposo que la revista se sosté per la publicitat de les marques d'il·luminació?

Sí, correcte. La revista està 100% subvencionada a partir de la publicitat de les diferents marques d'il·luminació i una aportació especial de l'APDI (Associació Professional de Dissenyadors d'il·luminació) que tenen una secció pròpia per publicar contingut.

La línia estètica de la revista té una intenció molt clara i tot està en consonància, selecciones la publicitat?

Ho he de fer. A la primera revista que t'he comentat no m'ho podia permetre, però a la que vaig fundar Lightecture vaig començar a picar a les portes de les empreses que més m'interessaven. Has de ser coherent amb la teva imatge i el que vols transmetre, i això passa també per cuidar la publicitat.

És dur haver de dir a vegades que no a una marca, perquè clar, son diners, però si no fos així, la revista perdria qualitat. Hem de pensar que anem dirigits a arquitectes, interioristes i dissenyadors, professionals que tenen un nivell estètic molt alt, i valoren la qualitat visual per sobre d'altres coses.

Tema drets d'autor, especialment les fotografies. Com ho fas? Les pagues?

Poques vegades ens hem pogut permetre contractar un fotògraf, ha passat en moments molt puntuals. Llavors ens recolzem en les imatges que ens proporcionen els fabricants, marques interessades en ensenyar les obres on participen, o els mateixos dissenyadors, que molts cops contracten un fotògraf per documentar els seus projectes. Això sí, s'ha d'anar amb compte amb els drets que té el dissenyador sobre les imatges, normalment quan son per promoció de l'obra, els fotògrafs solen cedir els drets, sempre que els mencionis, però sempre s'ha de comprovar.

Tema a part, he vist que hi ha edicions que son en castellà i anglès... a què es deu?

Han sigut dues edicions especials de la revista. Arran d'entrevistar diverses vegades al lighting Mark Major (cofundador de l'estudi d'il·luminació Spirs&Major, un dels estudis més importants a escala mundial) ens vam acabar fent amics. Fa poc, just abans de la pandèmia, li vaig proposar fer una edició especial parlant de la importància de mantenir els cels nocturns foscos, ja que sabia que és una de les seves grans preocupacions, així que va acceptar posant com a condició que l'edició fos en anglès. Evidentment, li vaig dir que

sí, però que també havia d'estar dirigit al meu públic habitual, així que la vam fer bilingüe.

Al cap d'uns mesos la Covid-19 va arribar a Europa i alarmats vam veure que calia replantejar-nos moltes coses, entre elles la nostra professió i la manera de fer les coses dins el sector. La il·luminació ha de transformar-se, així que vam decidir col·laborar una vegada més, aquest cop amb en Roger Narboni també lighting, per editar aquest número especial "New ways of thinking", l'última publicació que vam fer en paper.

Això et volia comentar, he vist que ja no publiquen en paper. Va ser a causa de la Covid-19?

Doncs sí. Tant el sector editorial (revistes) com el de l'arquitectura i el disseny d'il·luminació per extensió, es van paraitzar. Llavors, els fabricants no tenien interès a invertir en publicitat, i menys en suports físics. Tots ho volien digital, era la nova realitat.

A partir d'aquí vam haver de diversificar la manera de relacionar-nos amb el sector, portant les xarxes, dedicant-nos a la promoció en línia... i un cop tornats a la "normalitat" vam veure que l'esforç invertit pel retorn que tenia fer una publicació en paper no valia la pena, o com a mínim en la modalitat que havíem estat treballant fins aleshores.

SOBRE LA REVISTA / CONTINGENT

He vist que hi ha la versió impresa i la versió online, però son una mica diferents, la impresa és la principal, no?

Son diferents perquè les finalitats son diferents. L'atenció que un lector pot dedicar a un article o post online no és la mateixa que si ho rep en paper, o inclús en format digital però de descàrrega. És per això que tenim les tres modalitats. Per una banda, la revista impresa, el core de l'editorial, on es poden trobar tots els articles i entrevistes; per l'altra, la revista en PDF descarregable i consultable a través de la web, que és exactament igual que l'anterior. Volia mantenir aquesta modalitat, ja que hi ha gent que no conserva les revistes, o directament no té accés a elles (especialment el públic llatinoamericà) i és una manera que les puguin consultar cada cop que ho necessiten. També

està, clar, el públic que prefereix directament aquesta versió per sobre del paper, perquè cada vegada hi ha més lectors acostumats a llegir a través de dispositius portàtils com els mòbils o les tauletes.

Per últim la versió online. Aquesta és diferent de la resta, perquè s'actualitza més sovint i el contingut és de lectura més àgil, bé, i a més a més el SEO! Ens porta pel camí de l'amargura a tots. Et penalitza per qualsevol cosa, que si no he afegit les paraules clau al titular, que si el text és massa extens perquè es passa dels 5 min de lectura, etc. Vivim al ritme marcat pels algorismes i així no hi ha manera de fer contingut de qualitat. Pels ritmes de la gent i per culpa de google, veig completament inviable una revista de qualitat 100% online.

Llavors, entenc que no t'has plantejat mai deixar de fer l'edició impresa i ser totalment digital?

Tal com la coneixem no. Perquè ja et dic, el públic no té prou capacitat d'atenció per lectures extenses. Si penges un article de 5 min de lectura al LinkedIn, que aquesta és l'altre això que automàticament et surtin els minuts de lectura, és una barbaritat, però bé, penges contingut que supera els 3 min i ningú hi entra. La gent online vol immediatesa i això es tradueix amb contingut de menys qualitat, o més ben dit, contingut que comprèn una capa molt superficial d'un tema.

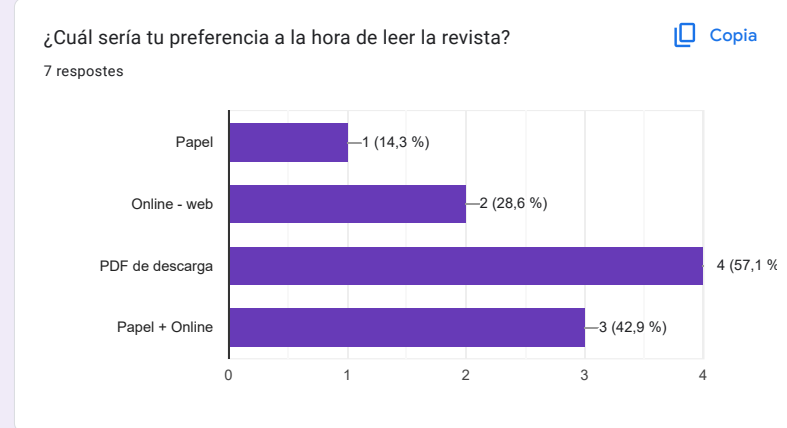
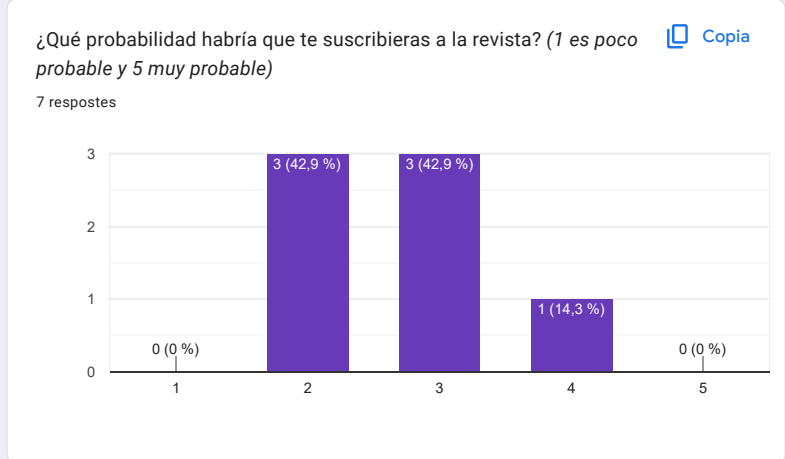
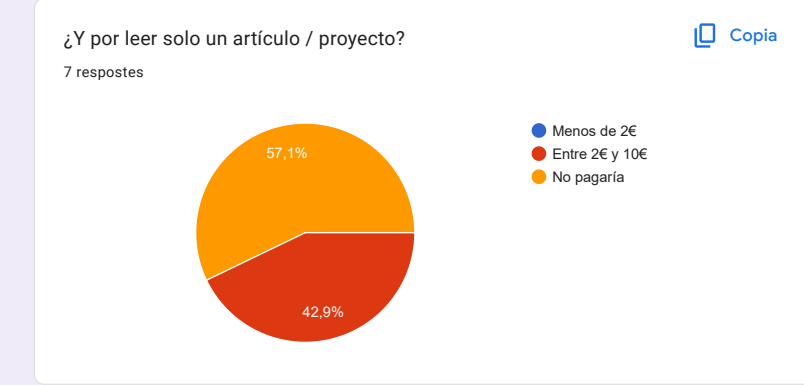
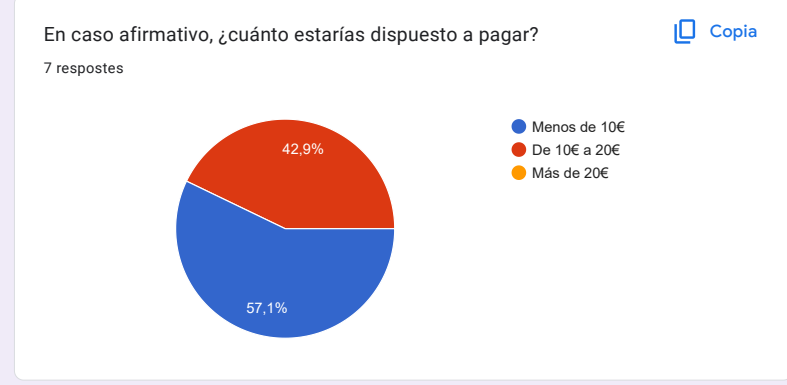
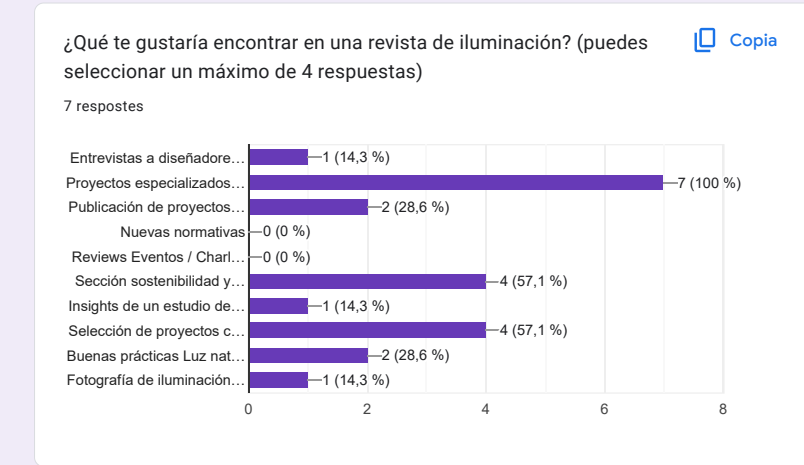
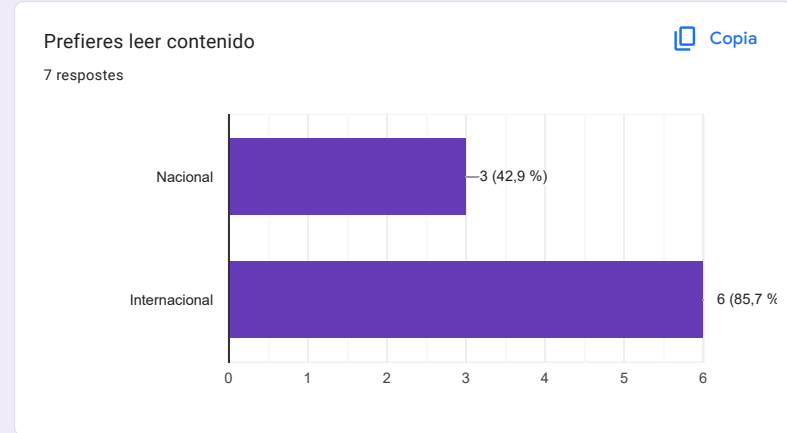
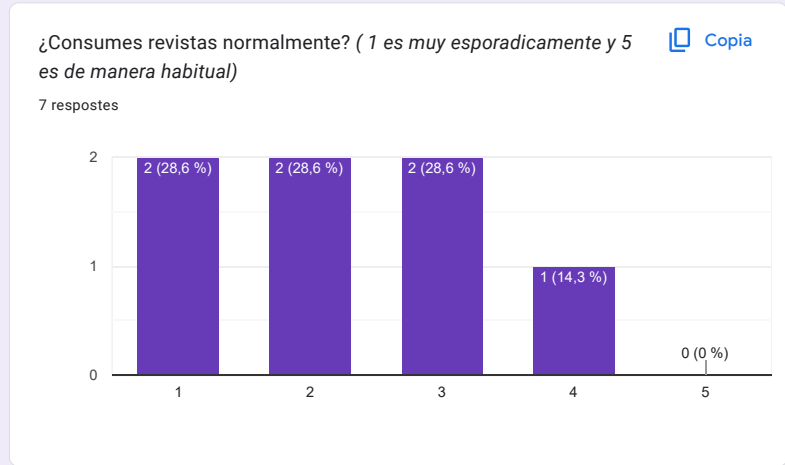
I perquè 68 pàgines? Està relacionat amb la impressió?

Sí, té varies raons. Per un costat estem condicionats al nombre de plects, nosaltres tenim plects de 16. Podríem ampliar, però l'altra raó és el pressupost, que sempre és supera justat. També està el factor del pes final de la revista. Si supera els 500 g, correus no ho entrega a domicili (pel tipus d'enviament que utilitzem) i llavors la gent ja l'hauria d'anar a recollir a l'oficina de correus, i això és inviable.

Quin tipus d'impressió s'utilitza per a la revista? Quina tirada fas per número?

Treballem amb impressió Òfset. Normalment, és una tirada d'unes 7000 unitats totals. El paper que utilitzem, si no recordo malament és un mate estucat de 135 g per les pàgines interiors i un de 250 g per la portada/contraportada.

Doncs, ja estaria Esther, crec que ja t'he espremut prou. Moltes gràcies pel teu temps i per compartir tota aquesta informació.



Google no ha creat ni aprovat aquest contingut. [Informa d'un ús abusiu](#) - [Condicions del Servei](#) - [Política de privadesa](#)

Google Formularis