

TFG

DISEÑO Y MAQUETACIÓN DE LA REVISTA SOBRE LA MUJER, *LA PODEROSA*

Presentado por Vanessa Domingo Martínez

Tutor: M^a Angeles Parejo (Geles Mit)

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2018-2019



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

El presente trabajo de fin de grado estudia el diseño editorial aplicándolo a la conceptualización y materialización de una revista especializada en la mujer, con el objetivo de dar a conocer las dificultades que aún hoy en día se encuentra este tipo de revista en el sector editorial.

El proyecto editorial tiene distintas facciones que buscan sobre todo atraer al público. Hemos pretendido crear un diseño que enriquezca el medio digital sobre todo para recoger información actualizada más acorde con los acontecimientos actuales.

Desde el punto de vista teórico se hace un breve repaso sobre momentos claves de la historia del diseño que nos dan pie a reflexionar sobre el papel del diseño, del diseñador/a y su influencia sobre la sociedad. También una introducción al feminismo, y más ahora con la efervescencia que tiene.

Además, en esta memoria se describe el proceso llevado a cabo durante todo el proyecto y los trabajos realizados para completarlo. Se han estudiado referentes sobre el feminismo, los cuales han ayudado a la hora de elaborar el proyecto con los textos.

Palabras clave: Diseño editorial, diseño social, revista, mujer, feminismo, impresión, tipografía, fotografía.

SUMMARY

The present end-of-degree project studies editorial design applying it to the conceptualization and materialization of a specialized magazine in the woman with the aim of making known the difficulties that this type of journal still faces in the publishing sector.

The editorial project has different factions that seek above all to attract the public. We have tried to create a design that enriches the digital medium especially to collect updated information more in line with current events.

From the theoretical point of view, we briefly review key moments in the history of design that give us the opportunity to reflect on the role of design, of the designer and its influence on society. Also an introduction to feminism, and more now with the effervescence that it has.

In addition, this report describes the process carried out throughout the project and the work carried out to complete it. References on feminism have been studied, which have helped in the elaboration of the project with the texts.

Keywords: Editorial design, social design, magazine, women, feminism, printing, typography, photography.

RESUM

El present treball de fi de grau estudia el disseny editorial aplicant-lo a la conceptualització i materialització d'una revista especialitzada en la dona, amb l'objectiu de donar a conèixer les dificultats que encara avui dia es troba aquest tipus de revista en el sector editorial.

El projecte editorial té diferents faccions que busquen sobre tot atreure al públic. Hem pretès crear un disseny que enriqueixi el mitjà digital sobretot per recollir informació actualitzada més d'acord amb els esdeveniments actuals.

Des del punt de vista teòric fem un breu repàs sobre moments claus de la història del disseny que ens donen peu a reflexionar sobre el paper del disseny, del dissenyador / a i la seva influència sobre la societat. També una introducció al feminisme, i més ara amb la eferescència que té.

A més, en aquesta memòria es descriu el procés dut a terme durant tot el projecte i els treballs realitzats per completar-lo. S'han estudiat referents sobre el feminisme, els quals han ajudat a l'hora d'elaborar el projecte amb els textos.

Paraules clau: Disseny editorial, disseny social, revista, dona, feminisme, impressió, tipografia, fotografia.

AGRADECIMIENTOS

Dar las gracias en primer lugar a mis padres por apoyarme en todo momento en mis decisiones, y sobre todo a lo largo de la carrera.

También agradecer a mi tutora, Geles Mit que me ha tutorizado el proyecto, por su dedicación y compromiso.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	7
2.1. Objetivos.....	7
2.2. Metodología.....	7
2.3. Planificación.....	8
3. PROYECTO.....	8
3.1. Descripción del proyecto.....	8
3.2. Proceso del proyecto.....	9
4. MARCO TEÓRICO.....	10
4.1. En qué consiste el diseño editorial actual.....	10
4.2. Las promotoras de los derechos de la mujer.....	12
4.3. Referentes.....	15
4.3.1. <i>Inspiración estética en diseño de revistas.....</i>	<i>15</i>
4.3.2. <i>Inspiración conceptual en contenidos de revistas...16</i>	<i>16</i>
5. DESARROLLO DEL TRABAJO.....	17
5.1. Identidad y concepto de la revista.....	17
5.1.1. <i>Naming.....</i>	<i>17</i>
5.1.2. <i>Cabecera.....</i>	<i>17</i>
5.2. Portada.....	18
5.2.1. <i>Formato.....</i>	<i>18</i>
5.2.2. <i>Estructura de las portadas.....</i>	<i>18</i>
5.2.3. <i>Tipografía en portada.....</i>	<i>19</i>
5.3. Interiores.....	20
5.3.1. <i>Retícula.....</i>	<i>20</i>
5.3.2. <i>Recopilación y selección de contenidos.....</i>	<i>21</i>
5.3.3. <i>Tipografía de los interiores.....</i>	<i>21</i>
5.3.4. <i>Articulación del contenido y secciones.....</i>	<i>22</i>
5.3.5. <i>Realización de imágenes</i>	<i>23</i>
5.4. Impresión.....	24
5.5. Difusión y promoción.....	26
5.5.1. <i>Estrategias de promoción.....</i>	<i>26</i>
5.5.1.1. <i>Ilustraciones.....</i>	<i>26</i>
5.5.1.2. <i>Web.....</i>	<i>27</i>
6. CONCLUSIONES.....	28
7. BIBLIOGRAFÍA/WEBGRAFÍA.....	29
8. ANEXO 1: A. ARTES FINALES DE LA PODEROSA.....	31
B: POSTALES COMO OBSEQUIO.....	32
C: WEB.....	33

1. INTRODUCCIÓN

“[...] El diseño editorial actual considera que el contenedor comunica tanto como el contenido, que las cualidades físicas de la publicación interfieren, modulan, completan o modifican la forma en que el lector comprende los textos y las imágenes, y de ninguna manera son un soporte neutro”¹.

La cita con la que introducimos este capítulo será la que organice de alguna forma el presente trabajo. Consiste en unas palabras muy actuales. Hoy en día hay muchas formas de ver y entender el diseño editorial, existen muchos puntos de vista contrapuestos, pero son todos ellos los que al final componen y crean una sociedad.

Nos planteamos por lo tanto un proyecto de diseño responsable, cuyo objetivo principal será la documentación de artículos sobre la mujer. Lo hemos titulado *La poderosa*, con este título queremos representar a todas las mujeres en el mundo, las cuales están llenas de poder aunque muchas de ellas no lo sepan. Tiene como elemento central una revista trimestral de formato medio, impresa mediante técnicas propias de la imprenta moderna sobre un papel seleccionado. Alrededor orbitan unas pequeñas ilustraciones feministas en las primeras ediciones.

Estéticamente hemos planteado un proyecto lleno de actualidad, con elementos muy simples y espacios en blanco. Consiste en una revista en parte minimalista, con muchos blancos y con fotografías de varios formatos y colores. Principalmente queremos que la revista llame la atención de todo tipo de mujeres para que los contenidos lleguen de forma pragmática y respetuosa al espectador. En palabras de Victor Papanek: Lo único importante del diseño es cómo se relaciona con la gente.

En la actualidad está muy presente en el mundo editorial el feminismo, sobre todo en el mundo web. Aunque ahora se hable mucho sobre esto, pensamos que no es suficiente. Este fue el motivo por el cual decidimos realizar este trabajo. Muchas revistas tratan sobre la mujer, como por ejemplo, en formato físico: *Asparkia*; y en formato web: *Mujeres en la red*, *Pikara*, *Asparkia*, *Feminopraxis*, etc.

Todas estas revistas nos han servido a la hora de realizar todo el trabajo con referencias editoriales y de diseño. Pero sobre todo con el contenido de artículos, entrevistas y publicaciones que han sido esenciales a lo largo de todo el proceso. En cuanto a las revistas que más nos han influido editorialmente y en diseño son *Grafik y Eye*.

1 Palabras de Leonel Sagahon. (2014). En VV. AA.: “Diseño editorial: más allá de la página”. En revista *Tierra Adentro*, nº 194, Secret. Cultura, México. [Consulta: 7 de febrero de 2019]. Disponible en: <https://www.tierraadentro.cultura.gob.mx/disenio-editorial-mas-alla-de-la-pagina/>

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS

El principal objetivo de un trabajo final de grado consiste en desarrollar un proyecto personal tutorizado, teniendo en cuenta los conocimientos adquiridos durante los estudios de grado en Bellas Artes.

Como anteriormente hemos nombrado, en este trabajo final de grado desarrollaremos un proyecto editorial que ponga el foco en la mujer y sus derechos. Es fundamental dar a conocer a las mujeres de hoy en día, todos los artículos relacionados con sus derechos, las discriminaciones que aún sufren en todos los ámbitos, violencia de género, etc. Para esto, hemos decidido crear un medio editorial físico. En concreto se puede desglosar en los siguientes apartados:

- Diseñar un proyecto editorial impactante.
- Crear el branding del proyecto editorial: el proyecto deberá mantener su identidad independientemente del medio.
- Diseñar una maqueta versátil, que conserve elementos visuales independientemente del medio de comunicación.
- Estructurar un ritmo de lectura ameno estableciendo una jerarquía visual.
- Realizar fotografías que se integren en el proyecto.
- Reflexionar sobre el papel del diseño y del diseñador en la actualidad.
- Hacer una cuidada selección de los materiales que configuren la identidad de la revista.
- Desarrollar un tipo de ilustraciones conexas con el tema.
- Concebir los medios de difusión del proyecto más adecuados para la revista

2.2. METODOLOGÍAS

Durante todo el trabajo hemos desarrollado varias metodologías. En primer lugar la cualitativa, ya que nos hemos centrado en las ciencias sociales al crear un revista. A su vez también está presente la histórica, por la introducción de la historia del diseño y del feminismo en el apartado 4, y la descriptiva porque a lo largo de todo el trabajo redactamos todo lo que contiene nuestra revista y su procedimiento de creación.

Por último están presentes la empírica y experimental porque nuestro trabajo está basado en la realización de una revista en físico creando así sus previos bocetos y pruebas.

2.3. PLANIFICACIÓN

	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
semana 1	Fase analítica	Fase experimental	Fase experimental	Diseño revista
semana 2	Fase analítica	Fase experimental	Diseño revista	Fase teórica
semana 3	Fase analítica	Diseño portada	Diseño revista	Fase teórica
semana 4	Fase analítica	Diseño portada	Diseño revista	Fase teórica
	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
semana 1	Diseño revista	Fase teórica	Web	Entrega
semana 2	Diseño revista	Fase teórica	Web	
semana 3	Diseño revista	Web	Diseño ilustraciones	
semana 4	Fase teórica	Web	Diseño ilustraciones	

Aquí mostramos un diagrama donde podemos ver la distribución de la planificación para la realización del proyecto durante todo el curso. Se divide en varias fases, necesarias para llevar una buena organización y ejecución del proyecto final de grado.

3. PROYECTO

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Hemos tratado de crear un proyecto editorial que difunda a la sociedad actual todo sobre la mujer en carácter social, económico, ético y moral, con ello queremos fomentar la reflexión sobre la discriminación que aún sufren las mujeres.

El proyecto editorial consta de 3 núcleos complementarios: una revista trimestral, unas ilustraciones feministas (incluidas en las primeras publicaciones) y una web con temas relacionados. Las publicaciones serán adecuadas al medio de comunicación donde se difundan, serán adaptadas para crear una experiencia satisfactoria para el usuario.

La revista es un formato de comunicación que invita a la reflexión. En ella tienen cabida artículos de investigación, entrevistas y artículos de casos sobre todo tipo de discriminación y ataque a la mujer.

A partir de una maquetación limpia, se busca la buena legibilidad a través de

la cual se guía el ritmo de lectura, así como las pausas que son necesarias.

El segundo elemento del proyecto son unas pequeñas ilustraciones las cuales se proporcionan con las primeras publicaciones. A diferencia de la revista, son de menor formato, lo que permite al lector obtener un pequeño obsequio por formar parte de nuestra lectura.

Finalmente en la página web podremos encontrar contenidos muy similares a la revista física. En la web ofrecemos un estilo diferente, pero sin dejar atrás el carácter global del proyecto.

El público objetivo al que va dirigida la revista son personas entre 30 y 50 años, los cuales estén interesados en conocer toda la información relacionada sobre la mujer de hoy en día. Tanto sus dificultades como sus logros en nuestra sociedad.

Por otra parte la página web está dirigida a un público algo más joven, que prima la inmediatez. Aunque es una plataforma de fácil uso que podría ser utilizada por todo tipo de público. En el diseño de esta plataforma buscamos un estilo más neutro pero atractivo.

3.2. PROCESO DEL PROYECTO

Para el adecuado desarrollo del proyecto hemos elaborado un plan de trabajo, tomando como referencia la metodología propuesta por Bruno Munari en su libro *Cómo nacen los objetos*. Hemos estructurado el proyecto en las siguientes etapas:

1. Fase analítica

- 1.1. Búsqueda de referentes.
- 1.2. Recopilación de documentación teórica.
- 1.3. Reflexión sobre el tema de la revista.

2. Fase experimental

- 2.1. Diseño de la revista.
 - 2.1.1. Diseño de la cabecera.
 - 2.1.2. Diseño de la portada.
 - 2.1.3. Creación de la maqueta.
 - 2.1.4. Maquetación de artículos.
 - 2.1.5. Selección de material.
 - 2.1.6. Artes finales.
- 2.2. Diseño de las ilustraciones.
 - 2.2.1. Creación de la maqueta.
 - 2.2.2. Selección de material.
 - 2.2.3. Ilustraciones.
 - 2.2.4. Maquetación.
 - 2.2.5. Artes finales.



Imagen 1
Pliego revista *Eye*.

2.3. Diseño Web.

- 2.3.1. Estudio y selección de la tecnología.
- 2.3.2. Obtención de un servidor.
- 2.3.3. Diseño de la maquetación web.
- 2.3.4. Selección de contenidos.
- 2.3.5. Maquetación de los contenidos.

3. Fase teórica

- 3.1. Redacción de la memoria.
- 3.2. Maquetación de la memoria.
- 3.3. Preparación de la presentación pública.

4. MARCO TEÓRICO

En este capítulo trataremos de contextualizar el proyecto, mediante una reflexión de qué consiste el diseño editorial en la actualidad y una visibilización de las que se consideran promovedoras de lo que ahora denominamos feminismo.

4.1. EL DISEÑO EDITORIAL ACTUAL

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico que se especializa en todo lo relacionado con la composición y, sobre todo, la maquetación de cualquier tipo de publicación. Es aquello que dicta cómo ha de distribuirse el contenido en un libro, en una revista o en cualquier medio escrito que combine texto e imágenes. No hacemos distinción entre imagen y texto cuando hablamos de recursos en el diseño gráfico porque debemos entender la tipografía como otro recurso visual más. Se podría decir que se dedica a la diagramación y producción de diferentes piezas, como libros, revistas, periódicos, fanzines, catálogos, etc.



Imagen 2
Pliego revista *Grafik*.

Para las publicaciones, sobre todo las que se hacen en formato papel, el diseño editorial es un elemento totalmente imprescindible. Dentro del marketing, de hecho, se tiene muy en cuenta cuando se trata de realizar una publicación con la que, además de informar, se intente captar al consumidor.

Es lo que se encarga de cubrir desde el diseño de una portada hasta los márgenes que se tienen que emplear a la hora de colocar un texto sobre un formato. Cubre todos los aspectos necesarios para transmitir el mensaje de la mejor forma y, además, conseguir que todo el conjunto, a nivel estético y de contenidos, transmita lo que el diseñador pretendía.

El diseño gráfico está fuertemente relacionado con el contexto histórico en el que se desarrolla. A pesar de que son los avances técnicos los que han permitido la difusión y popularización del diseño, no podemos olvidar que el diseño gráfico está presente desde los inicios de la humanidad. Como afirma Enric Sauté: “antes de la aparición de los procedimientos de impresión seriada más rudimentarios cada etapa histórica-cultural logró articular su propia sistemática para informar, persuadir o convencer adecuadamente a sus propósitos sirviéndose para ello de distintos medios, de acuerdo al dominio tecnológico correspondiente”².

En definitiva, la historia del diseño gráfico está vinculada a la historia de la comunicación. Nosotros nos centraremos en el diseño editorial. Se encarga del diseño de publicaciones y según Yolanda Zappaterra: “El diseño editorial tiene como objetivo comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes [...] y de palabras”³.

Actualmente vivimos en una sociedad donde los seres humanos tienen hasta un 90% más de memoria visual que auditiva, por lo tanto queda claro por qué el impacto de las imágenes es tan vital para el medio impreso o virtual. Esta característica obliga a cada libro, revista, periódico, etc a causar una buena primera impresión.

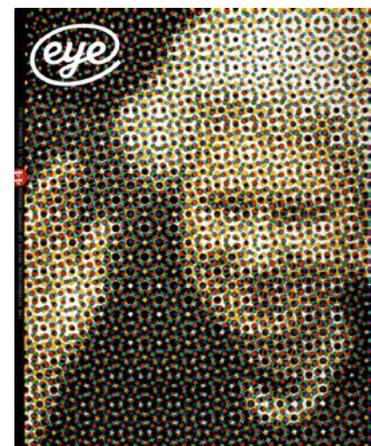
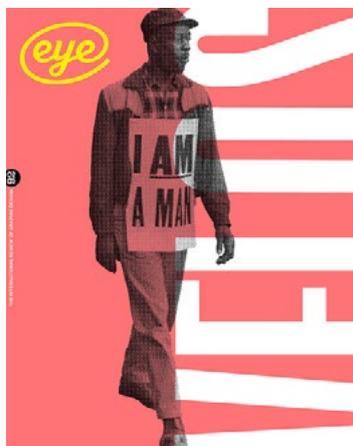


Imagen 3 Y 4
Portadas revista Eye.

² SATUÉ, E. (2012). *El diseño gráfico*. Madrid: Alianza editorial, p. 10.

³ ZAPPATERRA, Y. (2008). *Diseño editorial periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, p2.

La gran mayoría de gente compra por el estímulo visual que representan sus páginas (iniciales o finales), por el impacto del diseño exterior o interior de la publicación. El potencial comprador, en poquísimos segundos, examina los detalles visibles y posibles y hace su elección. También es cierto que el contenido (la línea ideológica, informativa, etc) es un factor esencial.

El diseño por tanto, es la llave de acceso a la popularidad, por lo que se comprende la necesidad de poseer una gráfica que destaque sobre los demás. Por lo tanto, toda la responsabilidad cae sobre el diseñador, quien es el encargado de crear un estilo llamativo y fuertemente reconocible para así conseguir una publicación exitosa.



Imagen 5
Cartel de propaganda estadounidense de la Segunda Guerra Mundial, creado por J. Howard Miller.

4.2. PROMOVEDORAS DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

En este apartado nos gustaría dar un poco de visibilidad a la historia del feminismo en Europa, hemos realizado una búsqueda de cinco mujeres las cuales se les considera las primeras promovedoras de los derechos de las mujeres. Introduciremos con una breve definición sobre que es el feminismo.

El feminismo y la “ideología de género” son términos que hoy están en controversia, debido en parte a la transformación de los mismos desde una defensa por la igual dignidad de las personas, independientemente de su sexualidad, hacia un proyecto político, económico y social. En otras palabras, “el feminismo es hoy una plataforma sobre la cual se desarrollan interpretaciones del mundo que van más allá de los derechos de las mujeres: desde el concepto de Estado hasta la conducción de la economía, el feminismo tiene una voz crítica y un proyecto alternativo que se elabora en base a “construcciones” sociales sobre lo masculino y lo femenino. Bajo esta visión, conceptos como “Estado”, “religión” y “autoridad” encierran valores netamente masculinos y por lo tanto son inherentemente machistas”⁴.

La corriente feminista es, sin ningún género de dudas, la que ha conseguido que el mundo que nos rodea haya ido cambiando poco a poco. “El feminismo es la defensa de la igualdad entre hombres y mujeres, y bajo este significado, las mujeres han ido combatiendo la situación a lo largo de los últimos siglos, adaptando los cambios en tanto al momento en el que se realizaban”⁵. Olympe de Gouges, Clara Zetkin, Rosa Luxemburgo, Emmeline Pankhurst y Simone de Beauvoir han sido, probablemente, las cinco mujeres referentes en cada momento. Junto a ellas, además, han nacido las tres ‘olas

4 GELIBTER, I. (2018). “Las cinco mujeres que impulsaron el feminismo”. *En Sur*. [Consulta: 20 de marzo de 2019]. Disponible en: <https://www.diariosur.es/sociedad/cinco-mujeres-impulsaron-20180122153055-nt.html>. Citado en *Ibid*.

5 *Ibid*.

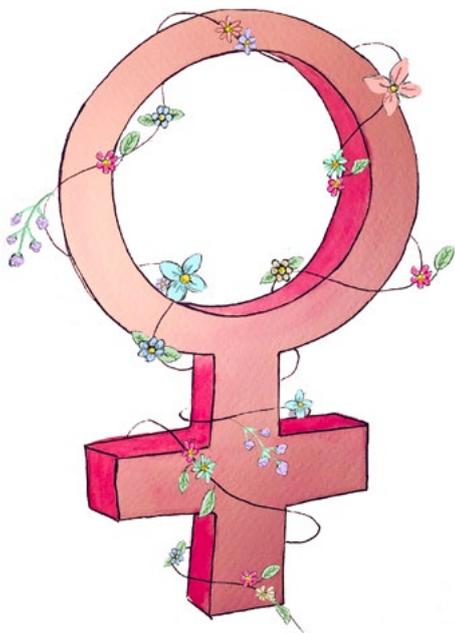


Imagen 6
Boceto ilustración promocional.

del feminismo', caracterizadas por una serie de reivindicaciones en concreto.

La primera ola del feminismo tuvo su punto a finales del siglo XVIII, y según la filósofa Amelia Valcárcel, el feminismo fue el hijo no querido de la Ilustración. Su principal referente fue Olympe de Gouges (Montauban, Francia, 7 de mayo de 1748-París, 3 de noviembre de 1793), pseudónimo de Marie Gouze. Esta mujer, fue la responsable de la Declaración de Derechos de la Mujer y la Ciudadana. Su publicación, solo un mes después de hacerse pública la Declaración de Derechos del Hombre, contenía un manifiesto de diecisiete artículos en el que proclamaba que la mujer "nace libre y permanece igual al hombre en derechos"⁶.

En algunos de sus escritos, Olympe de Gouges pidió el derecho al divorcio. Además, al ser hija bastarda también exigió que se reconociese el derecho de los hijos naturales y la creación de centros de acogidas para mujeres. Fue decapitada en la guillotina por estos textos el 3 de noviembre de 1793.

La segunda ola del feminismo, también llamada 'feminismo liberal sufragista' ocurre durante el siglo XIX, y reivindica principalmente el derecho al voto de las mujeres.

Clara Zetkin (Alemania, 5 de julio de 1857 - 20 de junio de 1933) fue una de las principales mujeres de esta segunda ola. Se interesó mucho en la política sobre la mujer, la lucha por la igualdad de derechos y el derecho al voto, impulsando el movimiento femenino en la socialdemocracia alemana. Desde su vuelta a Alemania en 1891 y hasta 1917 editó el periódico 'Die Gleichheit' (La Igualdad) que aumentó su tirada de 4.000 a 100.000 ejemplares en los primeros diez años. En 1907 se convirtió en líder de la nueva Oficina de la Mujer del SPD. Además, fue la impulsora de la celebración del 8 de marzo.

Rosa Luxemburgo (Polonia, 5 de marzo de 1871-Berlín, Alemania, 15 de enero de 1919), es otra de las referentes de esta época. Comunista, judía, polaca, mujer, fue encarcelada en varios momentos de su vida por todos estos motivos. Su intensa vida política y su lucha porque las mujeres pudieran tener derecho al voto se quedaron plasmadas en frases como esta: "La emancipación política de las mujeres tendría que hacer soplar una fuerte oleada de viento fresco incluso en la vida política y espiritual de la socialdemocracia, que eliminará el hedor de la hipócrita vida familiar actual que, de modo inequívoco, permea incluso a los miembros de nuestro partido, tanto trabajadores como dirigentes". Fue asesinada en la época de la República de Weimar.

Emmeline Pankhurst (Manchester, 15 de julio de 1858 – Hampstead, 14 de junio de 1928) es la gran referente británica del movimiento sufragista.

⁶ GOUGES, O. (2012). *Déclaration des Droits de la Femme et de la Citoyenne*. Francia: Republic of Letters, p1.

Consideraba que años de discursos moderados y promesas sobre el sufragio femenino por parte del Parlamento no había servido de nada. A pesar de que las propuestas de ley acerca del sufragio en 1870, 1886 y 1897 resultaban prometedoras, cada una de ellas había sido denegadas. Así, consideraba necesario abandonar las tácticas pasivas de los grupos sufragistas existentes, y pasar a prácticas más agresivas. Pankhurst y varias amistades fundaron la Women's Social and Political Union, WSPU (Unión política y social de mujeres), una organización abierta únicamente a mujeres, que se concentró en acciones directas para poder ganar el voto.

Tras varios años de lucha, el 'Representation of the People Act' de 1918, anuló las restricciones de propiedad en el sufragio de los hombres y concedió el voto a las mujeres mayores de 30 años, aunque con restricciones.

La tercera ola de feminismo tiene especial incidencia en la segunda mitad del siglo XX, y exigía principalmente un cambio de valores y que la justicia legisle aspectos considerados antes como privados. Se lucha contra la mujer como estereotipo sexual en los medios de comunicación, el arte y la publicidad. Los años cincuenta definen un tipo de femineidad, de la que se hace propaganda en la televisión y el cine.

Los sesenta y setenta reflexionan acerca de esos modelos y se enfrentan a ellos. Además, se empieza a pedir la abolición del patriarcado: se toma conciencia de que más allá del derecho al voto, la educación y otros logros de las primeras feministas, es la estructura social la que provoca desigualdades y sigue estableciendo jerarquías que benefician a los varones. Con el lema "lo personal es político" entran en el debate la sexualidad femenina, la violencia contra la mujer, la salud femenina o el aborto, entre otros.

Simone de Beauvoir (París, 9 de enero de 1908 - París, 14 de abril de 1986) es la principal referente de esta tercera ola. Su teoría de que el feminismo es una manera de vivir individualmente y una manera de luchar colectivamente ha marcado los últimos años. Simone de Beauvoir sostenía que lo que entendemos por mujer es un producto cultural que se ha construido socialmente. Critica que la mujer se ha definido a lo largo de la historia siempre respecto a algo (como madre, esposa, hija, hermana) y reivindica que la principal tarea de la mujer es reconquistar su propia identidad específica y desde sus propios criterios. "Las características que se identifica en las mujeres no les vienen dadas de su genética, sino por cómo han sido educadas y socializadas", aseguraba.

Además, fue una de las primeras promotoras del derecho al aborto, asegurando que éste es parte integral de la evolución en la naturaleza y la historia humana. Esto no es un argumento ni a favor ni en contra, sino un hecho innegable. No hay pueblo, ni época donde el aborto no fuera practicado legal o ilegalmente. El aborto está completamente ligado a la existencia humana.⁷

⁷ *Ibid.*



Imagen 7
Eye. Portada. Invierno. 2015.

4.3.1. Publicaciones de diseño

EYE

La revista *Eye*, es una publicación internacional especializada en diseño gráfico y cultura gráfica que se edita cuatrimestralmente.

Fue fundada por el prolífico escritor y diseñador gráfico Rick Poynor en 1990. Se trata de una revista de gran formato con una impresión de gran calidad que pone en valor la cualidad de los materiales. Además la revista presenta una cuidada selección de materiales con una sublime maquetación.

Por las páginas de sus 90 números han pasado grandes teóricos que han reflexionado sobre los problemas e inquietudes que han agitado a la profesión durante estos últimos 25 años.

Las revistas se articulan como monográficos. Cada uno de los números trata en profundidad el tema seleccionado a través de entrevistas, artículos editoriales, ensayos, etc; creando una visión plural del tema tratado.

Algunos de sus artículos se publican total o parcialmente en su web, y emplean las redes sociales activamente para difundir la revista.

Fundamentalmente la revista *Eye* nos ha servido como referencia en el aspecto del diseño.



Imagen 8
Grafik. Portada. número 8.

GRAFIK MAGAZINE

Grafik duró casi un cuarto de siglo como una revista publicada de manera independiente. Comenzó su vida como *Hot Graphics International* a mediados de los años 80 durante la “revolución digital”. Con la ayuda de Meta y un nuevo editor Tim Rich, la revista se transformó en una revista mensual *Graphics International*. *Grafik* resurgió como sitio web en marzo de 2014 bajo la dirección editorial de las ex editoras Caroline Roberts y Angharad Lewis, con un nuevo equipo editorial y publicado en Londres por Protein.

La revista se centra en el diseño gráfico contemporáneo. Las características habituales incluyen revisiones de eventos de diseño y exposiciones notables, muestras de talentos emergentes y establecidos, puntos de vista críticos e informes especiales, que a menudo cubren una parte de la historia del diseño con una relevancia particular para el día de hoy. También hay reseñas de libros de diseño gráfico y aquellos de un interés más general para la comunidad creativa. Todo esto es lo que hemos utilizado como referencia a la hora de realizar nuestro trabajo.

Asparkía

INVESTIGACIÓN FEMINISTA Número 31



Imagen 9
Asparkía, Portada, Número 78.

4.3.2. Publicaciones sobre feminismo

ASPARKÍA

Asparkía es una revista semestral que se publica durante los meses de junio y diciembre. Es una publicación basada en la revisión ciega por pares y para poder realizarla, la revista cuenta con la colaboración de evaluadores y evaluadoras externas, ajenas a su equipo editorial y a la institución editora.

Asparkía pretende atraer artículos de primera calidad científica de investigadores nacionales e internacionales del campo de los estudios de género y la teoría feminista en un sentido amplio.

FEMINOPRAXÍS

Feminopraxis: Mujeres Accionando Feminismos es una revista feminista digital consciente, crítica, libre y autogestionada. Es una iniciativa de cuatro mexicanas que se asumen feministas sin alguna etiqueta en particular, interesadas por las corrientes interseccionales, radicales y locales-globales del Movimiento.

Como anteriormente en la introducción hemos comentado, estas revistas nos han ayudado fundamentalmente en su contenido, con artículos y entrevistas los cuales han dado cuerpo a nuestra revista.

MUJERES EN RED

Mujeres en red nace con el objetivo de crear un espacio de comunicación y establecer un lazo de unión entre las mujeres del mundo. Sin prejuicios culturales, religiosos o políticos pero con la idea clara de luchar por los derechos fundamentales de las mujeres. Pretende tener información directa, de primera mano, de los problemas de las mujeres y de los grupos de trabajo en cada zona y establecer vínculos de solidaridad, especialmente con las mujeres que lo tienen más difícil.

En este caso, nos ha servido de ayuda tanto por la utilización de sus artículos pero principalmente y sobre todo por la idea y filosofía de la revista online.



Imagen 10
Feminopraxis. Logo web.



Imagen 11
Mujeres en Red. Logo web.

5. DESARROLLO DEL TRABAJO

5.1. IDENTIDAD Y CONCEPTO DE LA REVISTA

5.1.1 Naming

La selección del nombre del proyecto editorial es muy importante y por lo tanto no lo podemos descuidar. El nombre que ideemos debe tener ciertas características de sonoridad y legibilidad que faciliten la promoción del medio. Así mismo el nombre tiene que reflejar la identidad del medio que estamos creando. En nuestro caso, consiste en un proyecto editorial de divulgación que busca transmitir valores como: el respeto, la flexibilidad, la igualdad y el conocimiento.

El nombre es *La Poderosa*, hemos escogido este nombre ya que queremos que todas las mujeres que adquieran la publicación se sientan identificadas con el propio nombre de la revista, también es un modo de llamar la atención al público objetivo e incentivar la compra.

Estamos planteando por lo tanto un reto al espectador que en palabras de *Milton Glaser*: “No hay duda de que el lapso de tiempo que transcurre entre que vemos algo y lo entendemos es crucial, si el lapso es demasiado breve el espectador no se implicará lo suficiente; si es demasiado largo, perderá la atención y, con frecuencia, el intento generará confusión y rechazo.”⁸ Para evitar generar esa frustración el espectador podrá encontrar ligeramente escondido la definición del término.

5.1.2. Cabecera

Para el diseño de la cabecera tenemos perspectivas similares. Aunque el carácter es distinto de la revista y la web, nosotros hemos afrontado el diseño de la cabecera de forma parecida, únicamente con ligeros cambios estéticos.

En el caso de la cabecera de la web se ha optado por un diseño tipográfico empleando la misma tipografía, *Call Of Ops Duty*. Se trata de una tipografía con mucha fuerza, impactante y potente, esta basada en la tipografía “*Impact*”, concebida principalmente para titulares. Aunque en términos generales podríamos utilizar perfectamente la tipografía de la cabecera para los destacados, se ha decidido utilizar *Myriad Pro*. Es una tipografía humanista de tipo sans-serif diseñada por Robert Slimbach y Carol Twombly. Esto ayuda a crear dinamismo en la portada y un poco más de fluidez en la lectura de los destacados.

Encontramos muy acertada la reflexión del tipógrafo Andreu Balius que afirma que:

“La tipografía constituye la voz del texto. Las distintas fuentes tipográficas,

8 GLASER, M. (2014). *Diseñador/Ciudadano. Cuatro lecciones (más o menos sobre diseño)*. Barcelona: Gustavo Gili, p. 29.

LA PODEROSA

Imagen 12

Cabecera de la portada *La Poderosa*.

con su variedad de formas y diseños, nos permiten definir una determinada entonación del escrito [...] cuando seleccionamos una determinada fuente estamos seleccionando su particular tono de voz”⁹.

Efectivamente percibimos un texto de una forma diferente en función de la tipografía escogida. Nosotros hemos realizado la selección de una tipografía impactante, sin remates y con cierto volumen. De esta forma obtenemos una cabecera compacta y con fuerza.

Y es exactamente esto lo que buscamos para la web: una cabecera sin estridencias pero con personalidad. A diferencia de la revista hemos optado por modificar y variar la colocación de la extensión de las letras principales.

Por otro lado para la revista hemos apostado por una propuesta similar, hemos realizado una cabecera muy compacta con el nombre de *La poderosa*. La caja esta compuesta por el naming de la revista fraccionada en tres partes para dar más dinamismo a la cabecera. La tipografía elegida es Call Of Ops Duty, tipografía muy contundente y gruesa, como anteriormente hemos nombrado, que le da esa sensación de fuerza y unidad a toda la cabecera. La introducción de la barra que sale de la primera letra principal y une toda la composición, puede cambiar dependiendo de la publicación, tanto la dirección como el color. Esta parte de la cabecera permite dar dinamismo a la misma en las distintas publicaciones y en la web.

5.2. PORTADA

5.2.1. Formato

Hemos escogido un tamaño mediano para el formato de nuestra revista, un tamaño de 300x220mm. Es un formato adecuado para una revista impresa.

5.2.2. Estructura de las portadas

Las portadas se estructuran siguiendo una línea. Todas las publicaciones llevarán un fajín que tapaná rostros o partes del cuerpo de las imágenes. Los fajines también tienen la utilidad de cubrir palabras claves que dan una pista para el contenido del interior. Su función es también la de sujetar las ilustraciones que se regalarán en las primeras ediciones. Los fajines están compuestos por la misma imagen de la portada pero desplazada para dar más dinamismo a la estructura.

En cuanto a las imágenes, son composiciones donde siempre se mostrará a mujeres, en distintas posturas. Lo que caracteriza la portada es la utilización de un color diferente para cada portada de cada publicación. La elección del color dependerá del contenido de la revista. En este caso la gama de colores es cálida, tonos amarillos y verdes militar, unos tonos los cuales considera-

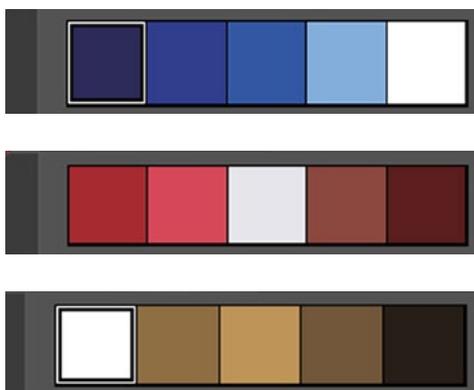


Imagen 13

La Poderosa. Gama de colores de las primeras portadas.

9 BALIUS, A. (2012). “Letras para el mundo real”. En *La Vanguardia*. [Consulta: 19 de enero de 2019]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20120229/54261817691/letras-para-el-mundo-real.html>.

mos que son adecuados tanto para la imagen que se plasma en la portada como para relacionarlo con el contenido del interior.

En esta portada la composición está regida por una imagen impactante con un rostro desaparecido y un cuerpo en posición de “aquí estoy”. Hemos tratado de jugar con la imagen, por eso hemos cortado el rostro.



Imagen 14

La Poderosa. Portada completa de la revista.

5.2.3. Tipografía en portada

Como anteriormente se ha dicho, hemos utilizado la tipografía Call Of Ops Duty, sólida y compacta para crear una cabecera muy impactante. La elección de esta tipografía fue por el impacto visual tan grande que tiene al verla a simple vista, se trata de una tipografía reconocible con facilidad y eso es una ventaja para nuestra revista. En cuanto a los destacados, hemos utilizado la tipografía Myriad Pro, en este caso, no es tan gruesa como la cabecera y permite mejor legibilidad. Aunque hayamos utilizado dos tipografías diferentes, hemos intentado buscar esa armonía con las dos y que tuvieran similitudes para conectarlas.



Imagen 15, 16 y 17
La Poderosa. Colección de las primeras portadas.

5.3. INTERIORES

5.3.1. Retícula

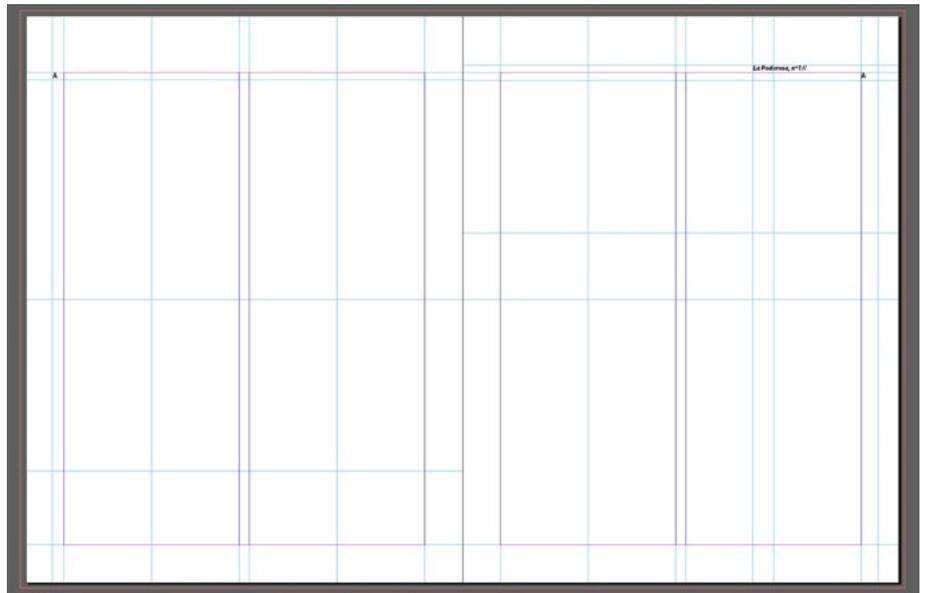


Imagen 18
La Poderosa. Retícula de los interiores.

Una retícula modular consiste en un conjunto de guías que dividen la página en secciones, creando una matriz de celdas llamadas módulos para colocar los elementos en diversas formas y estilos diferentes.

Para la revista *La Poderosa* hemos creado una retícula modular que permite disponer de dos columnas de texto de lectura por cada página. Dependiendo del texto se utilizan una o dos columnas por página para colocar una imagen de gran tamaño. El texto se jerarquiza mediante distintos cuerpos de letra y color.

5.3.2. Recopilación de contenidos

La selección de contenidos nos permite mostrar una sensibilidad en aspectos sociales, culturales y políticos de un modo más evidente.

El principal contenido editorial de nuestro proyecto viene determinado por los conceptos éticos que hemos descrito anteriormente. Podemos encontrar artículos que abordan temas como: los derechos de la mujer, discriminaciones, el machismo, etc.

1. Artículos seleccionados que hablen sobre los problemas que actualmente afectan a la mujer, que informen cómo es la sociedad de hoy en día.

2. Entrevistas a mujeres que reclaman sus derechos mediante manifestaciones y reivindicaciones para cambiar al mundo.

3. Reportajes fotográficos sobre mujeres artistas y reivindicativas que deben ser conocidas por todo el mundo.

En cuanto al contenido, ha sido recopilado de varias revistas online, *Feminopraxis*, *Mujeres en red*, *Pikara* y del periódico *el País*. Todos ellos citados al final de su correspondiente entrevista/artículo en la revista.

Todos los artículos van acompañados de fotografías de gran tamaño que complementan el texto. Hemos intentado crear armonía entre el texto y las imágenes para crear composiciones más dinámicas e impactantes. En cambio, en las ilustraciones no hay presencia de imagen fotográfica sino que hay colocados conocidos dibujos feministas reinterpretados.

5.3.3. Tipografía de los interiores

Comenzamos por la selección de la tipografía.

Decidimos emplear la misma tipografía que en los destacados de la portada, Myriad Pro. Emplear una misma tipografía ayuda a la cohesión del proyecto editorial. Jerarquizamos el contenido empleando distintos pesos, cuerpos de letra, interlineados, etc. Para agilizar el proceso se han definido estilos, para que se apliquen automáticamente.

Los titulares de los artículos, y en los separadores de las secciones, son momentos necesarios en los cuales hay que poner énfasis para atraer al lector. Para los titulares emplearemos una fuente similar a la elegida en la cabecera, Impact, para seguir cohesionando el interior de nuestra revista. En el caso de los separadores decidimos utilizar Myriad Pro, pero para darle una diferenciación usamos mayúsculas y le colocamos tracking. De esta forma obtenemos una diferencia que hace visible el cambio de temática en los interiores.

Para la maquetación de los interiores hemos creado una página maestra con una retícula modular. Esto nos ayuda a seguir un patrón en cada una de las secciones que compone la publicación.

Una retícula está formada por un conjunto de guías que permiten distribuir los elementos en el espacio de la página. Previamente ya hemos destacado su importancia, pero queremos recalcar esta idea con la cita de Müller Brockman:

“El empleo de la retícula como sistema de ordenación constituye la expresión de cierta actitud mental en que el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva. Esto expresa una ética profesional: el trabajo del diseñador debe basarse en un pensamiento de carácter matemático, a la vez que debe ser claro, transparente, práctico, funcional y estético”¹⁰.



Imagen 19
La Poderosa. Pliego artículo de la revista.

5.3.4. *Articulación del contenido y secciones*

En el interior de la revista el contenido lo hemos articulado según la temática. Se divide en cuatro núcleos principales, “Visibilidad de la mujer”, “En el mundo”, “Reflexiones de una época” y por último “Las mujeres y el arte”.

Hemos decidido esta distribución partiendo de los artículos seleccionados, creando así tres apartados con un tema en común que es la mujer, pero dedicados a distintos temas.

“Visibilidad de la mujer”: artículos escritos para realzar y dar percepción a la mujer.

“En el mundo”: entrevista y artículo donde se da a conocer problemas y noticias existentes en otras partes del mundo.

“Reflexiones de una época”: artículos que permiten una reflexión sobre la mujer en la actualidad.

“Las mujeres y el arte”: esta parte no podía faltar en la revista, ya que pertenecemos al mundo del arte y creemos que es esencial dar a conocer las

¹⁰ MÜLLER BROCKMANN, J. (2012). *El sistema de retículas*. Barcelona: Gustavo Gili, p.10.

grandes artistas que existen en este gremio y que no se les da su verdadero protagonismo.



Imagen 20
La Poderosa. Pliege artículo de la revista.

5.3.5. Realización de imágenes

Como anteriormente hemos mencionado, el 90% de las imágenes de la revista son propias. Hemos realizado dos sesiones fotográficas a distintas mujeres. Estas imágenes han sido colocadas acompañando los diferentes artículos a lo largo de toda la revista incluyendo la portada.

Las fotografías las realizamos en un estudio con distintas mujeres de nuestro entorno. Siempre buscando la espontaneidad, la ligereza y la naturalidad en sus rostros para mostrar a las mujeres de hoy en día tal y como son. No queríamos mostrar mujeres perfectas, ya que buscamos que cualquier mujer se pueda sentir identificada al leer nuestra revista.

Fueron realizadas con una Canon EOS 600D y todo el equipo de iluminación y trípodes necesarios.

5.4. IMPRESIÓN

Nuestro trabajo llegó a su final cuando lo llevamos a la imprenta y estuvo la revista impresa. La selección del tipo de papel, de los métodos de impresión, los métodos de encuadernación y los acabados finales forman parte del proceso de trabajo de un diseñador.

Quisimos realizar un proceso de impresión adecuado para nuestro tipo de revista, por esa razón seleccionamos papeles de distinto gramaje, uno más grueso y con más cuerpo para la portada y uno de gramaje más bajo para los interiores. Siempre pensando en potenciar la experiencia táctil de la lectura (tipo de papel). En el caso de las ilustraciones se ha optado por un papel con gramaje y una ligera textura para marcar la diferencia con la publicación (tipo de papel).

Las ilustraciones se han realizado a mano y luego han sido intervenidas mediante programas tecnológicos como ilustrator y photoshop. Se han utilizado pocas tintas, como hemos nombrado anteriormente queríamos diferenciarlas de la revista.

Finalmente seleccionamos los métodos de encuadernación. Hemos optado por una encuadernación con lomo y encolado. Pensamos que era la mejor forma de encuadernación, por el volumen de páginas del interior y la estética final.

Imagen 21
La Poderosa. Separador de la revista.





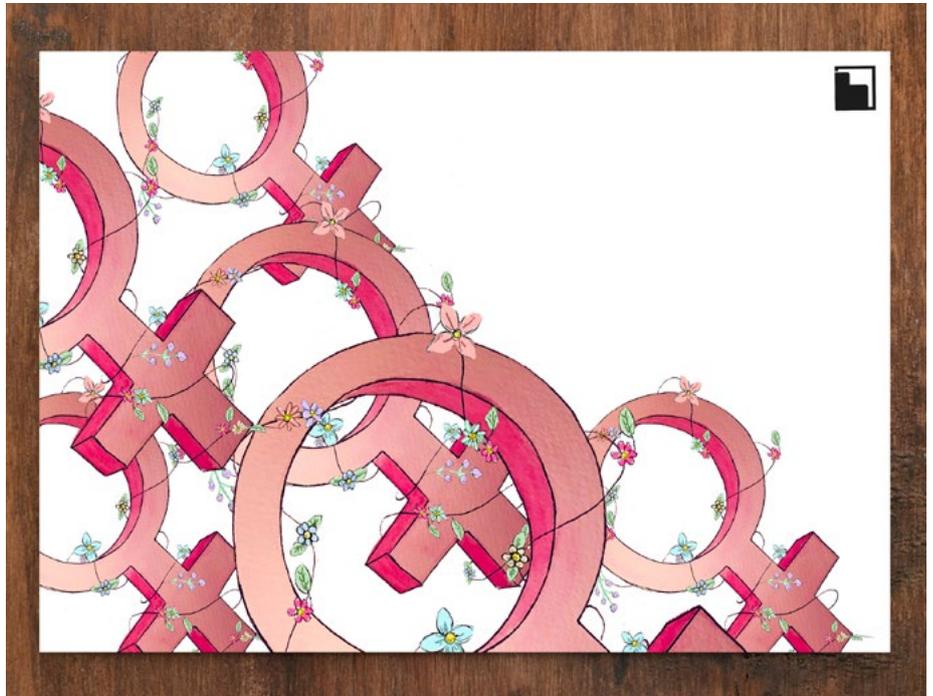
Imagen 22
Interiores *La Poderosa*.

Imagen 23
Interiores *La Poderosa*.

Imagen 24
Interiores *La Poderosa*.



Imagen 25 y 26
Ilustraciones promocionales.



5.5. DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

5.5.1 Estrategias de promoción

Para promocionar este proyecto editorial se ha planteado diseñar una colección de ilustraciones promocionales y una web.

5.5.1.1. Ilustraciones

Se trata de pequeñas postales en las cuales encontramos ilustraciones feministas y alguna cita de escritoras feministas actuales.

La colección de postales será regalada a los primeros subscriptores junto con las primeras ediciones de la revista. Cada una de ellas se colocará en la contraportada de la revista y será sujeta por el fajín.

Las ilustraciones están realizadas con distintos materiales, dependiendo del tipo de ilustración, acuarela o rotulador. Pueden variar mucho estéticamente ya que buscamos diversidad en esta parte de la promoción.

También se han creado redes sociales para publicitar la revista *La poderosa* y anunciar nuevos artículos o nuevas ediciones.

En el anexo, pueden verse más imágenes de la colección de ilustraciones. Además se han aplicado las imágenes creadas para las ilustraciones en diferentes objetos promocionales que podrán comprarse en una selección de los puntos de venta habituales de la revista y en la web.



Imagen 27
Boceto ilustración promocional.

Imagen 28 y 29

Inicio y Reportajes Fotográficos web *La Poderosa*.

Accesible en

www.ifabformacion.es/grado/domingo_vanessa/proyecto1-2/index.html



5.5.1.2. Web

Respecto a la web, también servirá como modo de promoción. No consiste en una revista web como tal, sino que se trata de una web utilizada para dar a conocer la revista. Aunque sí aparecerán algunos contenidos como en la revista física, como por ejemplo artículos, reportajes, etc.

En su realización hemos optado por un esquema mucho más simple y efectivo, rápido y fácil de utilizar. Hemos adaptado el sistema de retícula framework de desarrollo. Estéticamente hemos tratado de mantener la esencia de la revista física, pero con cambios tanto de color como de la cabecera en algunas de sus partes. En cuanto a la tipografía hemos optado por utilizar la Opens sans, porque pensamos que es una tipografía muy adecuada para páginas online.

Consiste en una web donde se podrá leer algunos de los artículos que se publicarán en la revista y disfrutar de algunos reportajes fotográficos. Está compuesta por varias partes donde los lectores podrán obtener información sobre nuestra revista, sobre otras revistas online relacionadas, e incluso suscribirse y recibir información sobre las publicaciones. Por último, como anteriormente hemos nombrado, hemos creado una tienda online en entorno real, donde se puede comprar cada publicación de forma online. También se pueden comprar las postales promocionales que se regalarán en las primeras ediciones, camisetas u otros objetos promocionales. Todos los diseños son propios.

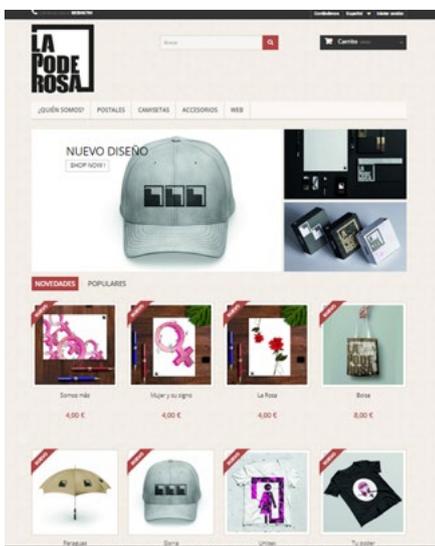


Imagen 30

Tienda online *La Poderosa*.

<http://vadomar.upv.edu.es/tiendalapoderosa>



Imagen 31
Camiseta promocional de *La Poderosa*.



Imagen 32 y 33
Objetos promocionales de *La Poderosa*.

6. CONCLUSIONES

Consideramos que hemos planteado un proyecto con una dificultad principal, la de realizar varios proyectos dentro de uno mismo, y todos ellos con su relación tanto estética como temática. Aunque podemos afirmar que lo hemos finalizado satisfactoriamente.

En este proyecto se han puesto en práctica una gran parte de las competencias adquiridas durante el grado en Bellas Artes, sobre todo de tercero y cuarto curso. Y además, el desarrollo de este trabajo ha supuesto una experiencia gratificante.

La labor de documentación llevada a cabo, nos ha permitido sumergirnos en los aspectos teóricos del diseño y también introducirnos más en el mundo del feminismo, sobre todo en lo relacionado con las noticias del momento.

El diseño es un trabajo artístico que muchas veces pasa desapercibido, pero al realizar este proyecto nos hemos dado cuenta que tiene una parte fundamental a la hora de transmitir una determinada información al público. El mensaje que transmite es un elemento que debe estar correctamente diseñado para que nos pueda llegar de forma concisa y clara.

En este proyecto hemos podido experimentar el diseño editorial en distintos formatos. Realizar y maquetar un mismo proyecto en dos formatos diferentes nos ha dado la opción de desarrollar dos imágenes distintas de un mismo producto. La verdad es que nos ha resultado muy interesante explorar cómo crear la personalidad de un proyecto editorial que tiene tan diversas aplicaciones. La selección de las imágenes, la tipografía y la maquetación crean ritmos narrativos, que gracias a ellos definen la personalidad y el estilo de la revista.

Otra de las partes fundamentales de la realización del proyecto ha sido la planificación, la cual nos ha servido de mucha ayuda a la hora de organizar y llevar a cabo todo el proyecto. Esto nos ha permitido llegar correctamente a los plazos de entrega.

En nuestro caso, consideramos importante realizar un proyecto editorial en formato físico, pero también digital. En la actualidad no podemos dejar de lado las nuevas tecnologías porque nos sirven para poder llegar al público objetivo. La impresión física tampoco la podemos dejar de lado, ya que ha sido siempre fundamental en la historia del diseño editorial. Además, la experiencia táctil y sensitiva cuando lees o miras una revista no es la misma que cuando lees una revista online. Opinamos que deben utilizarse los dos medios dentro de las artes gráficas.

En definitiva, estamos satisfechos con el resultado del trabajo, es un punto de partida para continuar en la profesión como diseñadores.

7. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- BALIUS, A. (2003). *Type at work: usos de la tipografía en el diseño editorial*. Barcelona: Index Book.
- BONSIEPE, G. (2012). *Diseño y crisis*. Valencia: Campgràfic Editors.
- GLASER, M. (2014). *Diseñador / Ciudadano*. Barcelona: Gustavo Gili.
- KING, S. (2001). *Diseño de revistas: Pasos para conseguir el mejor diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LUPTON, E. (2012). *Intuición, acción, creación: Graphic design thinking*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MÜLLER-BROCKMANN, J. (2012). *Sistema de retículas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- ROBERTS, L. (2009). *Good : ética en el diseño gráfico*. Barcelona: Index Book.
- SATUÉ, E. (1997). *El diseño gráfico en España: Historia de una forma comunicativa nueva*. Madrid: Alianza.
- ZAPATERRA, Y. (2008). *Diseño editorial, periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.

ARTÍCULOS

- PELTA, R. (2007). "Diseñar con la gente" en *Disseny crític*. Barcelona: Elisava Te mes de disseny, 2007, vol. 24, pp. 27-34.
- BALIUS, A. (2012). "Letras para el mundo real" en *La Vanguardia* [edición digital]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20120229/54261817691/letras-para-el-mundo-real.html> [Consulta el 10 de marzo de 2019]
- GELIBTER, I. (2018). "Las cinco mujeres que impulsaron el feminismo" en *Sur* [edición digital]. Disponible en: <https://www.diariosur.es/sociedad/cinco-mujeres-impulsaron-20180122153055-nt.html>. [Consulta: 20 de marzo de 2019]

TRABAJOS ACADÉMICOS

- ROBLA, V. (2015). *ARCTIC. Concepto y diseño de una revista sobre diseño, arte y comunicación*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/47696>> [Consulta: 30 Abril de 2018]
- GIMÉNEZ, M. (2015). *Proyecto de diseño editorial. Concepción del proyecto editorial La itaniana y prototipo impreso*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/60589>> [Consulta: 30 Abril de 2018]
- SANTA, M. (2015). *El diseño editorial aplicado a revistas especializadas impresas: prototipo de la revista Artz*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia, < <https://riunet.upv.es/handle/10251/47747>> [Consulta: 30 Abril de 2018]

IMÁGENES

- Imagen 1. Pliego revista *Eye*.
- Imagen 2. Pliego revista *Grafik*.
- Imagen 3. Portadas revista *Eye*.
- Imagen 4. Portadas revista *Eye*.
- Imagen 5. Cartel de propaganda estadounidense de la Segunda Guerra Mundial, creado por J. Howard Miller..
- Imagen 6. Boceto ilustración promocional.
- Imagen 7. *Eye*. Portada. Invierno. 2015.
- Imagen 8. *Grafik*. Portada. número 8.
- Imagen 9. *Asparkia*, Portada, Número 78.
- Imagen 10. *Feminopraxis*. Logo web.
- Imagen 11. *Mujeres en Red*. Logo web.
- Imagen 12. Cabecera de la portada *La Poderosa*.
- Imagen 13. *La Poderosa*. Gama de colores de las primeras portadas.
- Imagen 14. *La Poderosa*. Portada completa de la revista.
- Imagen 15. *La Poderosa*. Colección de las primeras portadas.
- Imagen 16. *La Poderosa*. Colección de las primeras portadas.
- Imagen 17. *La Poderosa*. Colección de las primeras portadas.
- Imagen 18. Reticula para el interior de la revista *La Poderosa*.
- Imagen 19. *La Poderosa*. Pliego artículo de la revista.
- Imagen 20. *La Poderosa*. Pliego artículo de la revista.
- Imagen 21. *La Poderosa*. Separador de la revista.
- Imagen 22. Interiores *La Poderosa*.
- Imagen 23. Interiores *La Poderosa*.
- Imagen 24. Interiores *La Poderosa*.
- Imagen 25. Ilustraciones promocionales.
- Imagen 26. Ilustraciones promocionales.
- Imagen 27. Boceto ilustración promocional.
- Imagen 28. Inicio y Reportajes Fotográficos web *La Poderosa*. Accesible en www.fabformacion.es/grado/domingo_vanessa/proyecto1-2/index.html.
- Imagen 29. Inicio y Reportajes Fotográficos web *La Poderosa*. Accesible en www.fabformacion.es/grado/domingo_vanessa/proyecto1-2/index.html.
- Imagen 30. Tienda online *La Poderosa*.
- Imagen 31. Camiseta promocional de *La Poderosa*. <http://vadamor.upv.edu.es/tiendalapoderosa>
- Imagen 32. Bolsa promocional de *La Poderosa*.
- Imagen 32. Gorra promocional de *La Poderosa*.

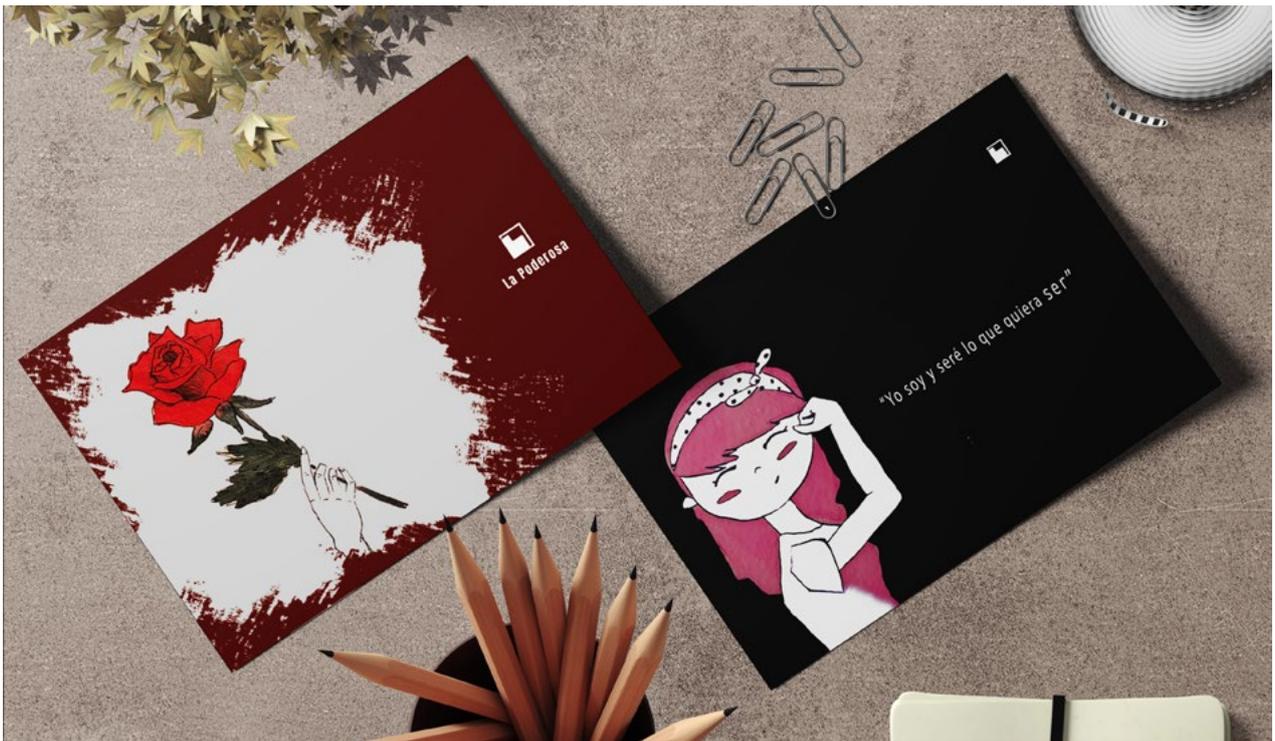
ANEXO 1: A. ARTES FINALES DE LA *PODEROSA*

Imágenes del primer número de la revista *La Poderosa*.



B. ILUSTRACIONES COMO OBSEQUIO

En este anexo se muestra la colección de ilustraciones diseñadas como material promocional para el proyecto editorial *La Poderosa*.



C. WEB

En este anexo hemos colocado más imágenes de la web y la tienda online que hemos realizado para publicitar y dar a conocer nuestra revista.

