



BLONDE

MEMÒRIA TEÒRICA DEL
PROJECTE INTEGRAT

En aquesta memòria podrem
veure tot el procés creatiu
del projecte BLONDE.

DANI ARZA

ÍNDEX

01 Proposta inicial	1	06 Contrabriefing	99
02 Briefing	2	6.01 Concreció i segmentació del públic objectiu	
2.01 Qui fa l'encàrrec?		6.02 Users Persons	
2.02 Background de la empresa		07 Base Conceptual	107
2.03 Història de la empresa		Missió i valors	
2.04 Què s'ha de dissenyar?		Diferenciació del projecte	
2.05 Objectiu del producte gràfic		Línies estratègiques	
2.06 A qui va dirigit?		08 Formalització	114
2.07 Valors comunicatius		8.01 Moodboard fotografia	
2.08 Hipòtesis del projecte		8.02 Moodboard maquetació	
03 Motivació	22	8.03 Naming	
Interès personal		8.04 Propostes incials	
Interès formal i funcional		8.05 Anàlisis cromàtic i tipogràfic	
Interès social		8.06 Formalització de propostes	
04 Metodologia	24	8.07 Proposta definitiva	
05 Recerca	26	8.08 Anàlisis DAFO	
5.01 Marc de referència		8.09 Arts finals/ Mockup	
5.02 Entrevistes		8.10 Viabilitat del projecte	
5.03 Comparativa		Webgrafia	162
5.04 Altres productes gràfics			

01 PROPOSTA INICIAL

“

Seguir amb la revista BLONDE, donant-li un enfocament més experimental. Podria ser un llibre d'autor, una revista o fins i tot acompanyar les fotos de poesia. Important tenir cura també de la part digital: fer vídeo promocional, pàgina web, perfil d'instagram...

”

02

BRIEFING

QUI FA L'ENCÀRREC?

Condé Nast ens encarrega fer el seu nou projecte anomenat **BLONDE**. El nostre contacte serà la CEO de Condé Nast España, la **Natalia Gamero del Castillo**. Haurem de realitzar el projecte **de gener a juny**.

Condé Nast, una destacada editorial, és responsable de diverses revistes influents que abasten àrees com l'arquitectura, la moda, la cultura i altres temes rellevants. Les seves publicacions inclouen les revistes **AD, GQ, TRAVELER, VANITY FAIR, GLAMOUR, VOGUE, THE NEW YORKER** i **WIRED**.



2.02

BACKGROUND DE LA EMPRESA

ANTECEDENTS

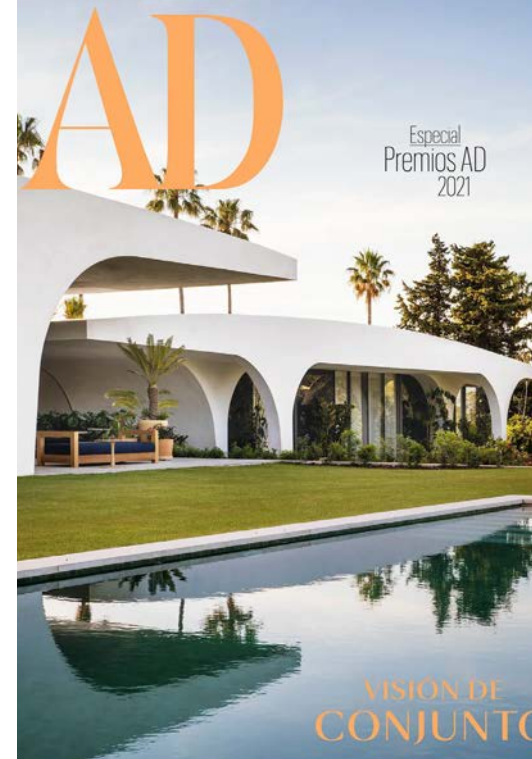
Condé Nast es una editorial coneguda per les seves publicacions d'alta qualitat i la seva presència a la indústria de la moda, l'estil de vida i la cultura. S'ha destacat pel seu enfocament al disseny elegant i la fotografia d'alta qualitat a les seves revistes. Ha establert estàndards elevats en condicions d'estètica visual i contingut editorial.

EL SEU MERCAT

El mercat de Condé Nast es troba en la indústria dels mitjans de comunicació i publicacions, amb un enfocament particular en revistes de moda, estil de vida, cultura i entreteniment. Tenen una presència global i es dirigeixen a una audiència d'alt poder adquisitiu. Són molt importants les col·laboracions, els patrocinis i els esdeveniments.

ELS PRODUCTES

Ofereix una gamma de productes, principalment en forma de revistes i contingut multimèdia, amb un enfocament distintiu en el segment de luxe i estil de vida.



2.03

HISTÒRIA DE LA EMPRESA

FILOSOFIA

La filosofia de Condé Nast es basa en la creació i curació de contingut de primera qualitat en el món del luxe, la moda, l'estil de vida i la cultura. Aquí teniu alguns dels principis fonamentals de la filosofia de Condé Nast:

- Excel·lència Editorial
- Estil de Vida de Luxe
- Cultivació de l'Estètica Visual
- Connectivitat Cultural
- Adaptabilitat als Canvis
- Internacionalització
- Col·laboracions Estratègiques
- Experiències Inoblidables

MISSIÓ

La filosofia de Condé Nast es basa en la creació i curació de contingut de primera qualitat en el món del luxe, la moda, l'estil de vida i la cultura. Aquí teniu alguns dels principis fonamentals de la filosofia de Condé Nast:

VISIÓ

La filosofia de Condé Nast es basa en la creació i curació de contingut de primera qualitat en el món del luxe, la moda, l'estil de vida i la cultura. Aquí teniu alguns dels principis fonamentals de la filosofia de Condé Nast:

VALORS

La filosofia de Condé Nast es basa en la creació i curació de contingut de primera qualitat en el món del luxe, la moda, l'estil de vida i la cultura. Aquí teniu alguns dels principis fonamentals de la filosofia de Condé Nast:

2.04

QUÈ S'HA DE **DISSENYAR**?

Condé Nast té la intenció de llançar al mercat una línia de llibres d'autor sota el nom de "BLONDE".

Serà una combinació de fotografies i pensaments íntims de l'artista convidat, amb la singularitat que l'artista estarà involucrat en el procés creatiu, proporcionant una edició inèdita dissenyada especialment per a col·leccionistes, amants de l'art i seguidors de l'artista en qüestió. Aquest projecte té com a objectiu brindar als lectors l'oportunitat de conèixer a l'artista des d'una perspectiva més artística i personal.



OBJECTIUS COMERCIALS

DE L'EMPRESA EN EL PRODUCTE CONCRET

Estariem capitalitzant contingut visual i artístic exclusiu de persones d'interès. Aquests productes exclusius reforçarien la percepció de la marca com una entitat sofisticada, centrada en la qualitat i la beneficiaria per diversos motius:

- **Posicionament en el Mercat de l'Art:** Al introduir-se en aquest mercat, Condé Nast pot diversificar les seves ofertes i ampliar la seva presència més enllà de les revistes, aconseguint a una audiència que valora la creativitat i l'estètica.
- **Col·laboracions creatives:** fotografia, poesia, música, moda, il·lustracions, maquillatge, perruqueria...
- **Ingressos Addicionals:** Els col·leccionistes i aficionats sovint estan disposats a pagar més per productes exclusius i d'alta qualitat.
- **Diferenciació en el Mercat:** En un mercat saturat de contingut digital, la publicació de llibres físics, especialment en edicions limitades, diferenciaria a Condé Nast d'altres empreses de mitjans.
- **Atracció d'Anunciants Exclusius:** La introducció de productes exclusius com photobooks i edicions limitades podria atreure a anunciant que busquen associar-se amb una marca que representa exclusivitat i qualitat.

ELEMENTS A DISSENYAR

- Vídeo publicitari.
- Primera edició de BLONDE.
- Packaging per els llibres.
- Algun regal creatiu que vingui amb el llibre.
- Alguna alternativa creativa per publicitar la novetat.

LIMITACIONS

Temporització (gener a juny), edicions limitades.



2.05

OBJECTIU DEL PRODUCTE GRÀFIC

L'objectiu principal del llibre serà tenir la major llibertat artística possible. Promocionar artistes coneguts i emergents a nivell nacional; les seves obres, la seva visió i el seu talent. Que el llibre sigui una experiència; contar alguna història, transmetre un concepte/ idea...

LIBERTAT ARTÍSTICA.
DIVULGATIU: DIVULGACIÓ D'ARTISTES.
NACIONAL (ESPAÑA)



A QUI VA DIRIGIT?

MERCAT AL QUE VA DESTINAT EL PRODUCTE

PÚBLIC OBJECTIU

- Nivell socio-econòmic mig/ mig-baix.
- Dones i homes.
- 18-25 anys.
- Fans i col·leccionistes que segueixen molt de prop la carrera dels seus artistes preferits.
- Nivell baix d'educació.
- Tipus de comprador: No tenen un nivell econòmic alt, pero estan disposats a invertir en peces exclusives dels seus artistes preferits.

PÚBLIC POTENCIAL

- Nivell socio-econòmic mig-alt/ alt.
- Dones i homes.
- 25-30 anys.
- Persones amb un interès específic en la fotografia artística, l'art visual, la moda i la escritura. Aquells que busquen experiències visuals més enllà del convencional.
- Nivell alt d'educació.
- Tipus de comprador: Compradors que busquen productes exclusius, col·leccionables i de qualitat. Persones disposades a invertir en experiències visuals úniques i atractives.

A QUI VA DIRIGIT?

MERCAT AL QUE VA DESTINAT EL PRODUCTE

SITUACIÓ ACTUAL Y UBICACIÓ

Condé Nast produeix una gran varietat de revistes, pero no produeixen cap llibre de autor o photobook. Sede de Madrid, encàrrec fet per Natalia Gamero del Castillo. Promoció a nivell nacional.

COMPETÈNCIA

La competència directa son les editorials de llibres d'autor d'art i fotografia.

- Taschen
- Phaidon
- Rizzoli
- La Fàbrica

VALORS COMUNICATIUS

MARCATS PER L'ENCÀRREC



ACTUAL

LLIBERTAT

PERSONAL

TRANSGRESSOR

ORDRE DINTRE DEL CAOS.

HIPÒTESIS DEL PROJECTE

- Podria combinar tècniques manuals i digitals.
- Podria incorporar un CD amb el making off del projecte.
- Podria fer dos llibres en comptes d'un.
- Podria incorporar la tècnica de llibres 3D.
- Podria optar per materials alternatius al paper típic.
- Podria combinar renders amb imatges reals.
- Podria escriure els textos a mà.
- Podria fer ús de la IA per generar imatges.
- Podria fer servir tècniques no convencionals de il·luminació.
- Podria experimentar amb edició digital (Photoshop).



MOTIVACIÓ

03

INTERÈS PERSONAL

La passió per l'art i la fotografia, busco la creativitat a través de l'exploració i vull efectuar un canvi en el món editorial.

INTERÈS FORMAL I FUNCIONAL

Aconseguir nous clients i incrementar les ganàncies de l'empresa són objectius claus d'aquest projecte. Amb la publicació de photobooks, es busca atorgar més valor i exclusivitat a la nostra editorial i a consolidar-nos com una referència en el món de la fotografia i l'art visual.

INTERÈS SOCIAL

Proporcionar als amants de l'art una visió més íntima dels seus artistes preferits a través d'una peça de col·leccionista. Donar a conèixer nous artistes més enllà del artista principal; maquilladors, fotògrafs, estilistes, noves marques de roba i joieria, escriptors...

04 METODOLOGIA



05

RECEERCA

5.01

MARC DE REFERENCIA

ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ AL MÓN DE LA MODA

Al món dels mitjans de comunicació amb un enfocament al periodisme de moda i estil de vida, hi ha dues empreses que destaquen entre totes: Condé Nast, el nostre client, i Hearst Magazines, la nostra competència més directa.

Hearst Magazines es una divisió de la empresa Hearst Communications que supervisa la publicació d'una gran varietat de revistes com Elle, Cosmopolitan o Harper's Bazaar. Es va fundar a l'any 1903, només quatre anys abans que Condé Nast.

Des d'aquell moment, les dues empreses han pres un camí pràcticament idèntic. Totes dues empreses tenen una gran varietat de revistes; arquitectura, interiorisme, vehicles, gastronomia, viatges... Però totes dues tenen la seva revista estrella; Vogue (Condé Nast) i Elle (Hearst Magazines), les dues revistes més reconegudes i admirades al món de la moda.

Però cap d'aquestes editorials tenen la seva línia de llibres d'autor.



5.01

EL MÓN DEL LLIBRE D'AUTOR

Els llibres d'autor, també coneguts com "llibres d'artista" o "coffee table book", són obres que fusionen l'expressió artística amb la forma d'un llibre. Aquests no són simplement llibres sobre art, sinó que són obres d'art en si mateixos. Els llibres d'autor exploren la intersecció entre la literatura, la forma visual i l'estètica, oferint una experiència única i creativa per a l'espectador o lector.

Dins d'aquest món podem trobar editorials reconegudes com TASCHEN, PHAIDON, ASSOULINE, APERTURE, RIZZOLI o LA FÁBRICA. Totes publiquen llibres relacionats amb l'arquitectura, la música, el disseny, la cultura y la fotografia.



Aquestes són algunes de les característiques més comunes dels llibres d'autor:

- **Integració de Text i Imatges:** Integren de manera harmoniosa el text i les imatges, utilitzant una combinació d'elements visuals, il·lustracions, fotografies, pintures o qualsevol altra forma d'expressió visual juntament amb la paraula escrita.
- **Enfocament en el Disseny:** Presten especial atenció al disseny i la presentació del llibre com un objecte estètic. La disposició de les pàgines, tipus de paper, encuadernació i altres aspectes físics contribueixen a l'expressió artística global.
- **Producció Limitada i Exclusiva:** Molts es produeixen en edicions limitades, sovint numerades i signades per l'artista o autor. Això els confereix un caràcter exclusiu i col·leccionable.
- **Varietat de formats:** Els llibres-art poden presentar-se en una varietat de formats, des de llibres tradicionals fins a formats més innovadors i no convencionals, com ara desplegable, caixes, llibres acordió, entre d'altres.
- **Experimentació i creativitat:** Fomenten l'experimentació i la creativitat en el disseny i el contingut. Poden explorar conceptes abstractes, narratives visuals, poesia visual i altres formes expressives no convencionals.
- **Exploració de Temes Específics:** Els llibres art sovint exploren temes específics, ja sigui la visió artística de l'autor, una idea conceptual o un missatge emocional.
- **Expressió Personal de l'Artista:** Molts llibres-art són obres personals de l'artista o creador, reflectint-ne la visió única i l'expressió personal.

5.02

ENTREVISTES

A POSSIBLES COMPRADORS

5.02

USUARI 01

Noia de 22 anys, classe mitja-baixa, amb interès per la poesia, però no molt interessada en l'art visual.

Compraries aquest producte?

Si m'agrada visualment sí, però depenent del preu. M'hauria d'agradar molt l'artista i el contingut perquè me'l compri.

Si l'artista invitat del llibre fos Bad Gyal (la seva artista preferida) ho compraries?

Si es de Bad Gyal m'interessaria molt més, però depèn del preu.

I si el llibre incogué el cd del seu últim àlbum?

Llavors sí que me'l compraria.

Conclusió: Introduir un cd seria un incentiu perquè l'usuari 1 compri el llibre.

5.02

USUARI 02

Noia de 23 anys, classe mitja, amb interès per la música i els seus artistes preferits.

Compraries aquest producte?

Si es del meu artista preferit si.

Per exemple de Rels B?

Si.

Que t'agradaria veure dins del llibre?

M'agradaria veure moments exclusius del artista, pensaments, la seva infància, com es el seu dia a dia... Coses fora de la seva professió.

T'agradaria veure un making off del projecte?

Si, així tindria més contingut del artista invitat.

Conclusió: Introduir un making off/ entrevista amb moments exclusius del artista seria un incentiu perquè l'usuari 2 compri el llibre.

USUARI 03

Fotógrafa professional amb una llarga trajectòria professional, amant de l'art visual i col·leccionar peces úniques.

Com seria per tu el llibre d'autor ideal?

Per a mi el llibre d'artista ideal és el de conèixer i reconèixer que són dues coses diferents l'artista, el seu concepte, treball i, sobretot, la seva ànima.

Per a desenvolupar-ho suposo que el que necessito és que hi hagi una presentació de l'artista en si. Em refereixo a conèixer-li millor: Des del seu bio (perquè va decidir triar el que fa, la qual cosa això comporta, records de la seva trajectòria...)

El seu treball (perquè és un artista reconegut o emergent, que li ha fet diferent i què li fa diferent) aquí important que si no ets tu l'artista t'influeixi tant a nivell objectiu com subjectiu el fet de perquè has triat aquest artista, què et mou, què et commou d'ell o ella (això no significa que has de fer el seu bio ni recorregut que això tots els podem trobar en wikipedia) sinó temes que no tothom sap, des dels seus somnis, què volia ser de petit, en bio o treballs inèdits, esbossos, treballs denegats o projectes que té penjats en la butxaca i que no va arribar a realitzar, les seves frustracions i pors. No vendre un producte només per la part bona de la cara perquè això ja ho trobo en xarxes socials. Suposo que el repte més gran si és el teu projecte final de carrera sigui que l'artista que triïs anessis tu mateix per a saber què voldries representar de cadascun i el difícil que és.

Quin contingut t'agradaria veure dins del llibre?

Conèixer a l'artista com a persona per a conèixer millor la seva obra descobrir noves facetes d'aquesta artista presentades d'un mode contundent i directe presentar els seus projectes o ser molt selectiu i centrar-se en el projecte més recent o nou que aquest o aquesta artista vol presentar (perquè allí es veuria reflectit la trajectòria d'aquest de manera implícita)

INSPIRACIONS (MÉS INTERESSANT QUE GUSTOS)

Artistes i obres d'art que li inspirin (encara que siguin de diferents disciplines o la seva relació amb ells) que pots jugar amb muntatges d'obres les seves seves amb peces que et digui o que intueixes que les té) Música que li agrada o playlist de la música que es posa per a treballar o al contrari per a evadir-se (que podria a veure codi QR que saltés al seu spoty o en box de llibre tenir un vinil amb les cançons que l'artista ha seleccionat) Llibres que li inspiren (el que deies de posar poesies en al mig o textos sobre les seves imatges

que facis la teva o sobre imatges que tingui l'artista amb cites o frases dels llibres o autors literaris que li agradin)

Pelis (i també un codi on puguis veure un muntatge amb les escenes més potents del que t'hagi lliurat tipus teaser (que així també et pots lluir en imatge muntada)

Perquè ho has triat SI pots entrevistar pot estar genial o crear un "fake documental" o "fake entrevista" i que ho descobreixi el lector al final del llibre per a sorprendre'l. El seu concepte i relació amb la seva obra. Pot ser que tingui metodologia de treball. Pot ser que estigui d'aturada perquè està cansat de l'últim projecte, així que també és interessant conèixer-li. Metodologia de treball (que ha sortit en el punt anterior que és important) perquè decideix emprendre un projecte, què li porta, si necessita abans informar-se o ho fa intuïtivament. Centrar-te en un punt de la seva obra perquè et sembla més interessant o al contrari tota la seva trajectòria o el seu pròxim projecte encara que no hi hagi gairebé res a realitzar.

En quin format t'agradaria veure el llibre?

Aquest és el repte del llibre d'artista. Que depenent del contingut que et doni l'artista el puguis mostrar d'un mode o un altre a nivell gràfic (com el que em vas mostrar de Rosalía). Evidentment veig un llibre ric (és a dir que a preu serà car perquè seria d'edició limitada com el de Roy perquè el que estàs creant és un llibre d'artista sobre un artista). Dins d'un box i dins d'aquest box va depèn de qui presentis però sempre et pots trobar uns bàsics que pot ser una litografia o fotografia realitzada per tu sobre el tema i signades amb un missatge que podria ser diferent en cada box i llibre perquè així saps que en comprar el llibre tindràs una peça única sobre aquest artista realitzada per tu. Pots realitzar un fake vinil com et vaig dir (o vinil amb playlist o un fake on el teu puguis escanejar el codi QR i així entrar en llista exclusiva de llibre; també tenir un lloc privat només per als compradors del llibre on poder escoltar, veure el docu fake, etc...

CONCLUSIÓ

Conèixer l'artista, el seu concepte i el seu art. Fer un fake documental o entrevista. Fer un estoig o packaging pel llibre i afegir algun element personal de l'artista com una nota firmada, un dibuix o una dedicatoria.

5.03

COMPARATIVA

DE LA COMPETÈNCIA

PHAIDON

Phaidon Press és una editorial internacional amb Sede a Londres especialitzada en la publicació de llibres d'art, arquitectura, disseny, gastronomia i altres temes culturals. L'editorial va ser fundada a Viena, Àustria, el 1923 per Ludwig Goldscheider i la seva dona, Phyllis.

LA MARCA

El nom "Phaidon" prové del grec "Phaidros" o "Phaedrus", que és un nom propi que significa "brillant" o "radiant". També és el nom d'un diàleg platònic, la qual cosa reflecteix la connexió de l'editorial amb la filosofia i la cultura clàssica.

NAMING

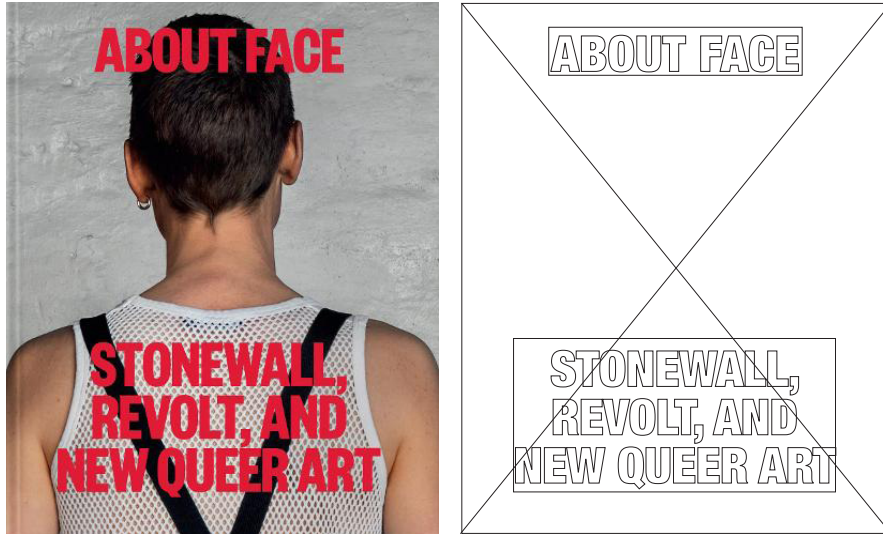
La **tipografia** que utilitza l'isotip es la "Lapidary 333 Std Roman", una Serif Regular en majúscula de color negre. Normalment utilitzen el símbol al lloc del llibre y el nom per la portada. El símbol és la unió de la O i la I del mateix nom de la marca.

TIPOGRAFIA

La **maquetació** dels seus llibres és elegant i minimalista. No fan servir gaire text, ni experimenten molt amb les composicions de les pàgines.

Amb la maquetació son bastant versàtils, tenen llibres amb una maquetació més experimental (About Face de Jonathan D. Katz) i llibres amb una maquetació molt més simple (Kate de Mario Sorrenti).

MAQUETACIÓ



PORTADA

Títol centrat a la part superior, escrit amb Helvètica Condensed Black de color vermell. El subtítol centrat a la part inferior amb les mateixes característiques que el títol. De fons apliquen una imatge a pàgina sencera on no hi ha cap color accent, resultant així el text.

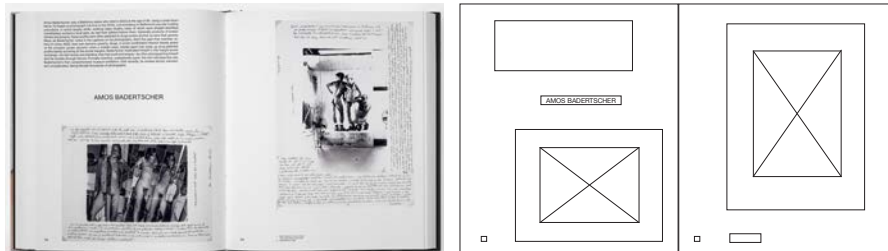
PÀGINA 01

A la pàgina esquerra podem veure una imatge a pàgina sencera on el color accent torna a ser el vermell. És una imatge monotoona amb un efecte que li dona textura. A la dreta el primer que destaca és el text “TRANSFIGURE”, escrit amb Helvètica Condensed Black de color negre i ubicat al centre de la pàgina. A la part superior i inferior podem veure dos textos amb menys pes però amb importància. Estàn escrits amb una Helvètica Regular en majúscula i estàn centrats dins de la caixa de text.

01



02

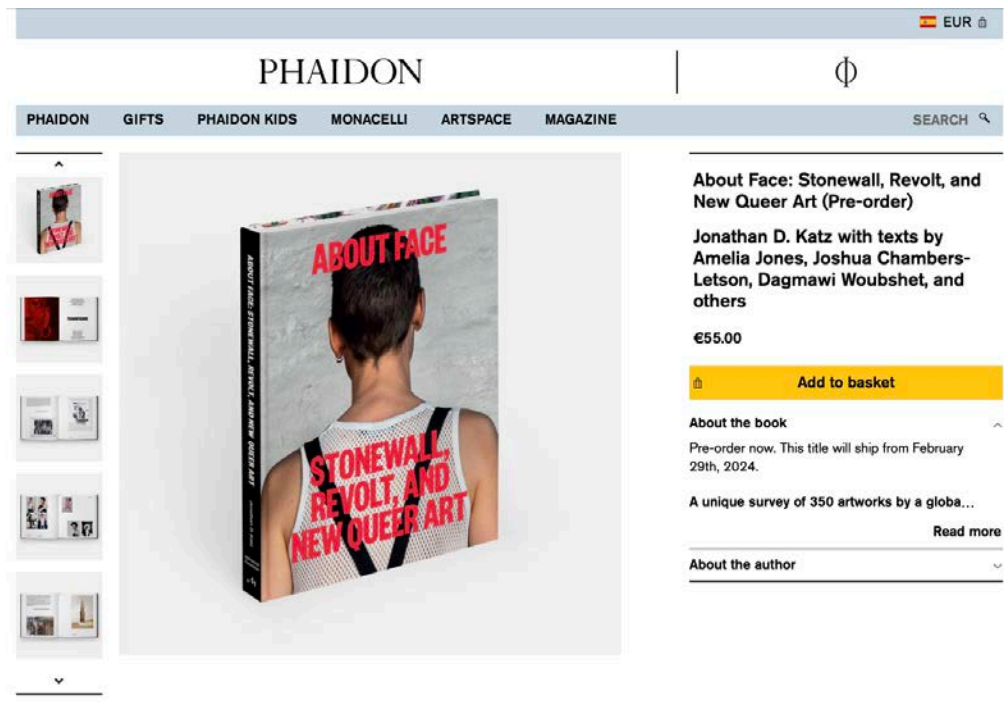


PÀGINA 02

Com podem veure aquesta és una pàgina molt més experimental. La pàgina esquerra inicia amb un text escrit en Helvètica Regular centrat a la part esquerra de la pàgina i, curiosament, sota aquest text posen el títol. A la part inferior hi ha un document escanejat on podem veure una imatge antiga amb text escrit a mà. A la pàgina esquerra veiem el mateix tipus de document escanejat, però en aquest cas amb una imatge i text diferent. La numeració està ubicada a la part esquerra inferior de cada pàgina, també fent servir la Helvètica Regular.

PHOLIDON | EUR

PHOLIDON GIFTS PHOLIDON KIDS MONACELLI ARTSPACE MAGAZINE SEARCH



About Face: Stonewall, Revolt, and New Queer Art (Pre-order)

Jonathan D. Katz with texts by Amelia Jones, Joshua Chambers-Letson, Dagmawi Woubshet, and others

€55.00

Add to basket

About the book


Pre-order now. This title will ship from February 29th, 2024.

A unique survey of 350 artworks by a globa...

Read more

About the author

You may also like these books

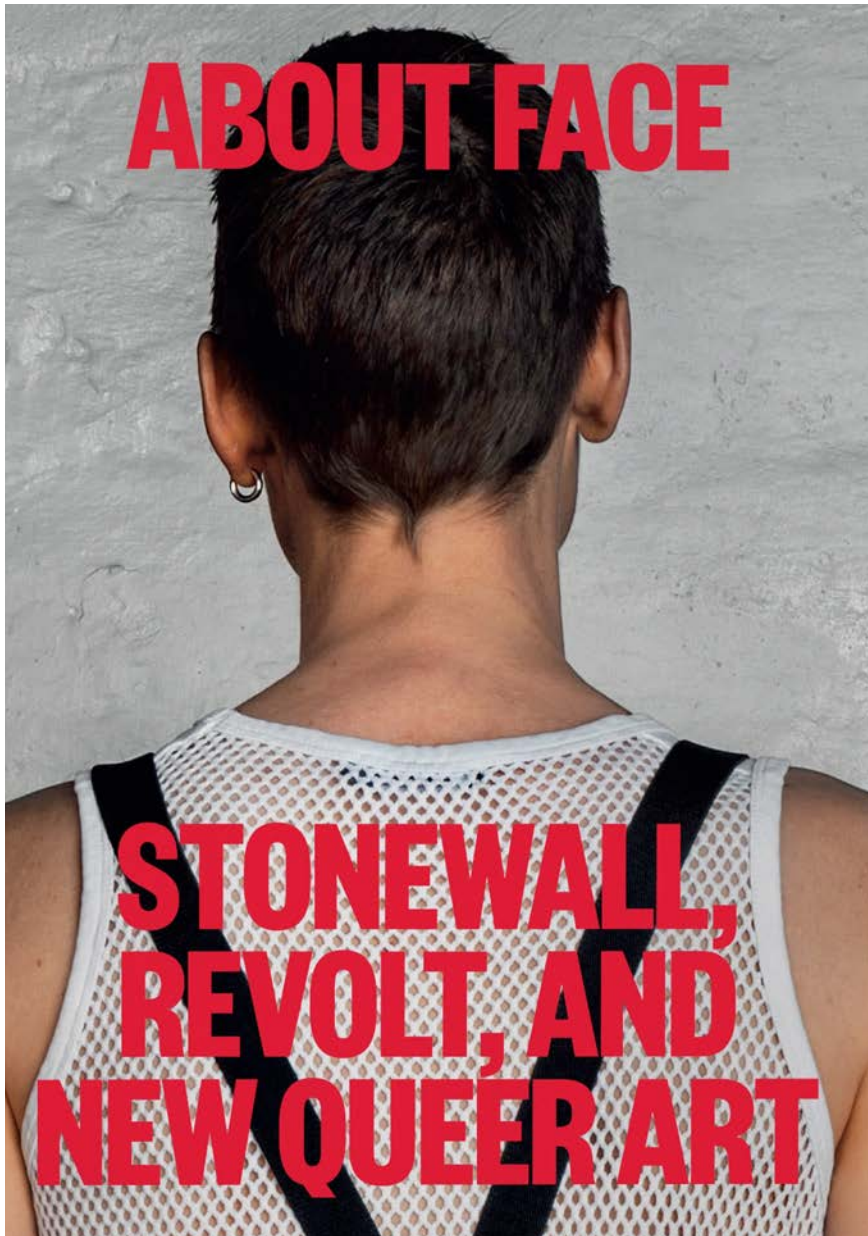


<p>Prime: Art's Next Generation</p> <p>€65.00</p> <p>See more</p>	<p>Internet_Art: From the Birth of the...</p> <p>€34.95</p> <p>See more</p>	<p>Sharon Hayes</p> <p>€45.00</p> <p>See more</p>	<p>Great Women Artists</p> <p>€59.95 Phaidon 100</p> <p>See more</p>
--	--	--	---

ANÀLISIS DE LA PÀGINA WEB

A la pàgina web de Phaidon podem veure informació relacionada amb el llibre; títol, autor, preu, descripció, el número de pàgines, el tamany del llibre i el tipus de tapa. Tenim la opció de fer la compra online i veure algunes pàgines del llibre. A la part inferior ens fa una recomanació de llibres que et poden interessar en base al que has seleccionat.

Manté una estètica neta; el fons blanc i les lletres en negre. I com a color corporatiu fan servir un blau baix de saturació.



DADES IMPORTANTS DEL LLIBRE

- **Títol:** About Face
- **Autor:** Jonathan D. Katz
- **Preu:** 55€
- **Número de pàgines:** 256
- **Tamany del llibre:** 292 x 242 mm
- **Tapa:** Dura
- **Descripció del llibre:**

Tot i que els disturbis de Stonewall ara podrien ser una abreviatura de l'inici del moviment pels drets dels gais, gran part de l'art i la cultura han estat "queer" des del principi dels temps. A About Face, l'historiador de l'art i comissari Jonathan D. Katz explora aquest concepte de front, comissariant un tapís d'obres que connecten fils històrics i revelen com el gènere i la identitat sexual s'han entrelaçat pels artistes contemporanis i des de Stonewall. Amb més de 350 obres d'art de més de 40 artistes LGBTQ+ de nacionalitats i generacions, i textos originals d'artistes i estudiosos, About Face és tan impressionant com important.

5.03

Rizzoli és una destacada editorial italiana amb una llarga i rica història en el món de la publicació. Fundada el 1929 a Milà per Angelo Rizzoli, la editorial s'ha caracteritzat pel seu compromís amb la qualitat i l'excel·lència en la publicació de llibres sobre art, arquitectura, disseny, moda, gastronomia, literatura i altres temes.

LA MARCA

NAMING

El nom de la marca fa referència al cognom del seu fundador Angelo Rizzoli.

TIPOGRAFIA

El logo fa servir la tipografia "Caslon No 540 D Italic", una serif en italic. Van modificar la tipografia, estilitzant i donant-li una mica més de llargada a la cua de la "R".

MAQUETACIÓ

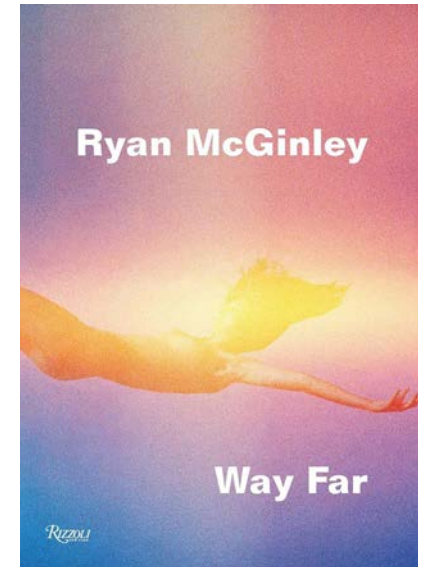
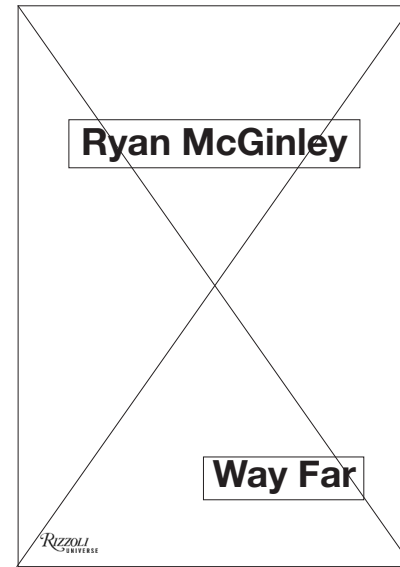
Els llibres de Rizzoli sovint destaquen per la seva elegància, presentant una combinació de text i imatges amb un disseny equilibrat. Les pàgines estan dissenyades amb cura per ressaltar la bellesa del contingut, i la tipografia es seleccionada amb atenció per assegurar una lectura agradable i harmoniosa. Encara que la maquetació depèn molt del llibre, per exemple tenen llibres on experimenten molt amb la maquetació, com pot ser el llibre de Hanna Hanra "Punk Perfect Awful".



5.03

PORTADA

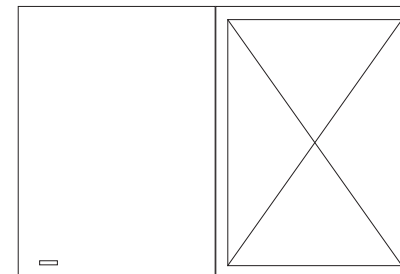
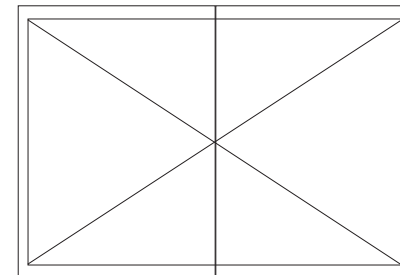
Nom del autor "Ryan McGinley" centrat a la part superior de la portada, escrit amb Helvètica Bold de color blanc. Títol del llibre "Way Far" a la part dreta inferior, escrit amb Helvètica Bold blanca al mateix cos de text que el nom del autor. El logo de la editorial "Rizzoli" a la cantonada inferior esquerra, amb un cos bastant més petit que la resta de text. La imatge fa servir colors vius i saturats, realment es el que més resalta de la portada. Per jerarquia, es curiós que li donin la mateixa importància al títol que al autor.



PÀGINES

En aquest llibre no fan servir text, només imatges. Les imatges estan maquetades de tres formes diferents;

- **A doble pàgina**, on deixen un marge blanc i no numeren les pàgines.
- **A pàgina sencera**, on deixen un marge blanc i, en aquest cas, numeren la pàgina que no porta foto a la part inferior.
- **A mitja pàgina**, on deixen marge per la foto i numeren les dues pàgines a la part inferior exterior.



ANÀLISIS DE LA PÀGINA WEB

A la pàgina web de Rizzoli podem veure informació relacionada amb el llibre; títol, autor, preu, descripció, el número de pàgines, el tamany del llibre, el tipus de tapa, la data de publicació... Tenim la opció de fer la compra online i veure les primeres 48 pàgines del llibre. A la part inferior ens fa una recomanació de llibres que et poden interessar en base al que has seleccionat.

Manté una estètica una mica 2010; caixes per els texts, lletra serif, icones no molt actuals... I com a color corporatiu fan servir dos tonalitats de verd.

The screenshot shows the Rizzoli website interface. At the top is the Rizzoli New York logo and a navigation menu with links: About Us, Recently Published, Future Publications, Author Events, Rizzoli Recommends, and Rizzoli Bookstore. A search bar is located in the top right corner.

The main content area is titled "Photography" and features a large image of the book cover for "Way Far" by Ryan McGinley. The cover shows a person in a landscape at sunset. Below the cover are three buttons: "LOOK INSIDE" with a magnifying glass icon, "BUY ONLINE" with a shopping cart icon, and "FIND LOCALLY" with a location pin icon. There are also social media icons for Facebook, Twitter, and Email.

To the left of the main content is a "Titles By Category" sidebar with a search bar and a list of categories: Antiques & Collectibles, Architecture, Art, Calendars, Children's Books, Cooking & Entertaining, Crafts & Hobbies, Design, Ebooks, Fashion & Beauty, French Language Titles, Gardens & Landscapes, Health & Well-Being, Humor & Gifts, Interior Design, LGBTQ Interest, Literature, Nature & Wildlife, Pets, Photography, Pop Culture & Performing Arts, Rizzoli Electa, Specially Priced, Sports, Transportation, Travel & Pictorial, and World History & Culture. Below this list is a "Publishing Partners" section with links to Flammarion and Mondadori.

The text on the right side of the page reads:

Ryan McGinley: Way Far
Text by David Rimanelli

"...the most important photographer in America..." —GQ magazine

Since first coming to prominence 10 years ago, Ryan McGinley has ushered in a wholly new language of photography: images that are uniquely grounded in our contemporary moment while simultaneously evoking an idyllic timelessness. In this new volume, *Ryan McGinley: Way Far*, the artist presents a collection of his most recent work.

McGinley was the first of his generation of artists to explore the nude figure within the American landscape. With a fresh set of eyes, he embarked on an on-going series of images that were shot during months-long summer road trips cross-country. Transfixed by the open vistas and the picturesque wilderness he found along the way, McGinley and his models—not unlike explorers from another century—set out to rediscover these unpopulated spaces. Whether hiking on peat covered mountains, swimming in crystalline lakes, or rolling around in vast fields of tall grass, the artist's images of bodies in pastoral scenes have been his signature, and his triumph has been his ability to evoke the almost dream-like state that comes with that kind of freedom.

As one of the most critically acclaimed photographers working today and rightfully considered the voice of a generation, no other contemporary artist's work has permeated pop culture this indelibly.

About The Author

David Rimanelli began writing about art in 1988 and has chronicled developments in the New York art world for over two decades. From 1993 to 1999, he was an editor and writer for the *New Yorker* and, since 1997, has been a contributing editor at *Artforum*, writing also for *Bookforum*, *Interview*, *Vogue Paris*, *frieze*, *Parkett*, the *New York Times*, and *Flash Art*. He wrote some of the first articles on artists who are now influential figures, ranging from Cindy Sherman, Mike Kelley, Thomas Ruff, and Matthew Barney to Carol Bove and Nate Lowman.

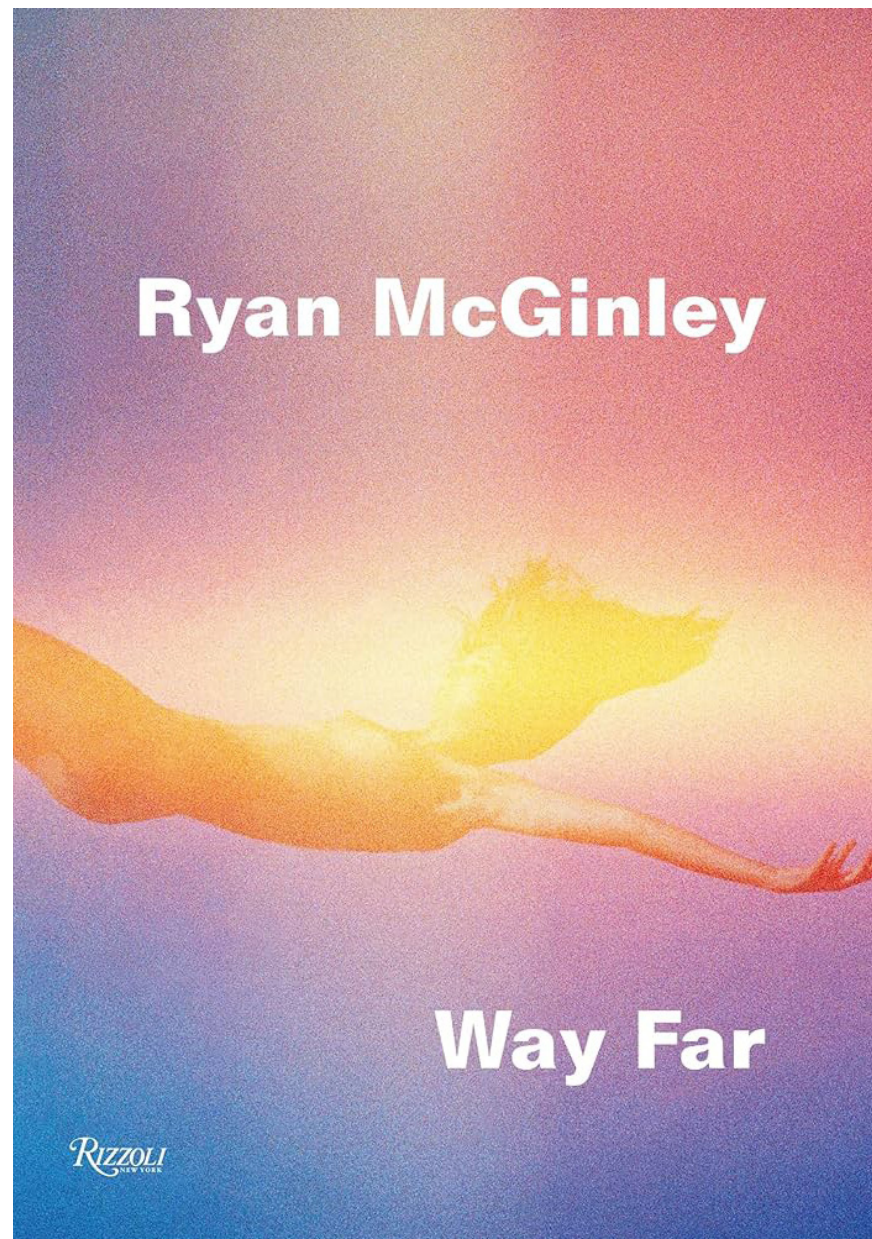
Publish Date: October 20, 2015
Format: Hardcover
Category: Photography - Individual Photographers - Monographs
Publisher: Rizzoli
Trim Size: 8-1/2 x 11-1/2

5.03

DADES IMPORTANTS DEL LLIBRE

- **Títol:** Way Far
- **Autor:** Ryan McGinley
- **Preu:** 45€
- **Número de pàgines:** 240
- **Tamany del llibre:** 279,4 × 216 mm
- **Tapa:** Dura
- **Descripció del llibre:**

Des que va arribar a la fama fa 10 anys, Ryan McGinley ha introduït un llenguatge de fotografia totalment nou: imatges que es basen de manera única en el nostre moment contemporani alhora que evocuen una atemporalitat idíl·lica. En aquest nou volum, Ryan McGinley: Way Far, l'artista presenta una col·lecció de la seva obra més recent.





LA FÁBRICA

La Fábrica és una editorial espanyola que destaca per la publicació de llibres i revistes centrats en l'àmbit de l'art contemporani, la fotografia i altres disciplines creatives. Fundada el 1995, La Fábrica té una presència significativa en la promoció de projectes culturals i artístics, i també participa en l'organització d'esdeveniments i exposicions. Amb un enfocament contemporani, la seva tasca editorial contribueix a la difusió i al diàleg en el món de la cultura visual.

El nom "La Fábrica" fa referència al lloc on es realitza la producció, fent al·lusió a un espai dedicat a la creació i fabricació de continguts culturals. En aquest cas, la paraula "fàbrica" no es limita a la producció industrial, sinó que s'utilitza metafòricament per destacar la creació cultural i artística que es realitza dins dels seus projectes editorials.

La tipografia que fa servir el logotip es una tipografia sans serif molt sençilla de color negre. Podem veure el nom de la editorial "LA FÁBRICA" enquadrat per un rectangle negre.

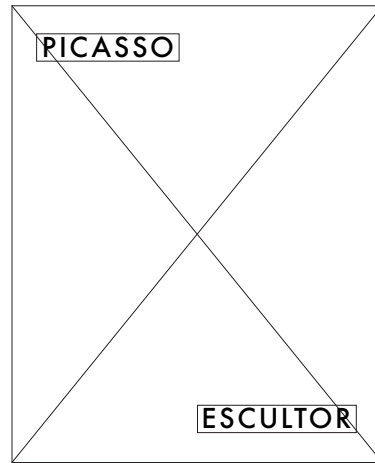
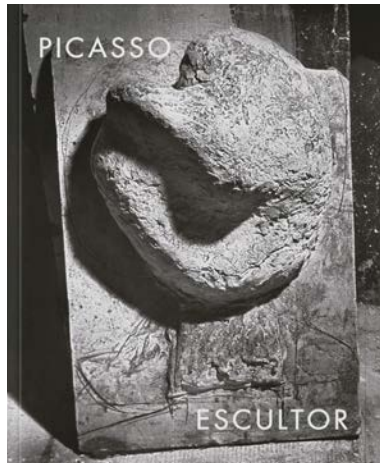
La maquetació dels seus llibres es neta i minimalista. Fan servir molt poc text i no son molt experimentals amb materials i composició.

LA MARCA

NAMING

TIPOGRAFIA

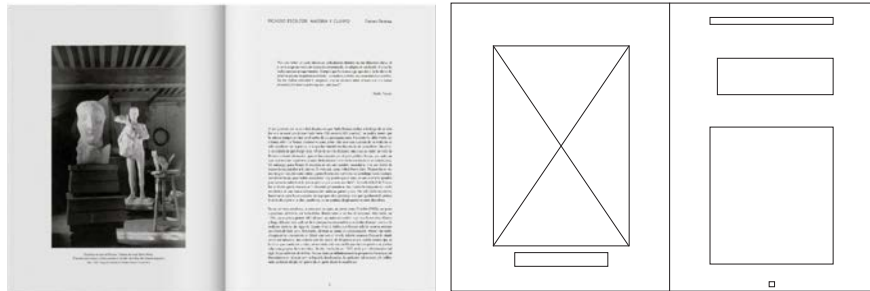
MAQUETACIÓ



PORTADA

El títol del llibre està repartit en dos parts; "Picasso", ubicat a la part superior esquerra. I "Escultor" que ho trobem a la part inferior dreta. La tipografia es una Futura Medium en majúscula, de color blanc i amb un interlineat de 100 em. A la imatge podem veure una de les escultures de Picasso. Es una fotografia en blanc i negre, amb molt contrast i les ombres ben marcades. El que més resalta de la portada es el text.

01



PÀGINA 01

La maquetació d'aquesta pàgina és bastant comú. A la pàgina esquerra podem veure una imatge centrada, que no ocupa tota la pàgina i sota una breu descripció de l'obra. La dreta ens introdueix amb un títol escrit en Futura Medium. Y sota, un text explicatiu centrat i amb molt marge. Per el cos de text fan servir una sans serif. La numeració de la pàgina va centrada a la part inferior, però només a la pàgina sense foto.

02



PÀGINA 02

Aquesta pàgina és il·lustrativa, podem veure una imatge en blanc i negre amb marges a cada pàgina. No hi ha ni numeració ni text.

English | Français

LA FABRICA SHOP ONLINE

Buscar

Carrito / Vacío

Iniciar sesión

HAZTE SOCIO

LOS MÁS VENDIDOS EDITORIAL LA FÁBRICA ▾ LIBRERÍA ▾ GALERÍA ▾ CONTÁCTANOS

Inicio / EDITORIAL LA FÁBRICA / Arte / Picasso Sculptor <>

Picasso Sculptor

✓ En stock

38.00 €
IVA incluido

EAN13: 9788418934735
ISBN: 9788418934735

English Version

Descubre la fascinante escultura de Picasso a lo largo de su carrera artística en este catálogo excepcional. *Picasso Escultor: Materia y Cuerpo* muestra la diversidad de estilos utilizados por el genio revolucionario para representar el cuerpo humano en diferentes formatos y géneros. Con ensayos de destacados expertos, incluyendo **Carmen Giménez, Diana Widmaier Picasso y Pepe Karmel**, esta monografía celebra el **50 aniversario** de la muerte del artista.

Las fotografías del fotógrafo contemporáneo Brassai enriquecen esta gran obra publicada en conjunto con la exposición en el Museo Picasso de Málaga y el Museo Guggenheim de Bilbao, destacando la importancia de la escultura en la trayectoria de Picasso, su innovación técnica y su interacción con otras disciplinas artísticas.

1

Añadir al carrito

f t p

Entrega en todo el mundo y opción de devolución.

DISFRUTA DE UN 5% DE DESCUENTO EN TU PRIMERA COMPRA
Suscríbete al MAIL-Cultura de La Fábrica y recibirás una selección de los mejores contenidos culturales del momento.

Email*

He leído y acepto la [política de privacidad](#)

Acepto recibir comunicaciones comerciales de La Fábrica y Fundación Contemporánea

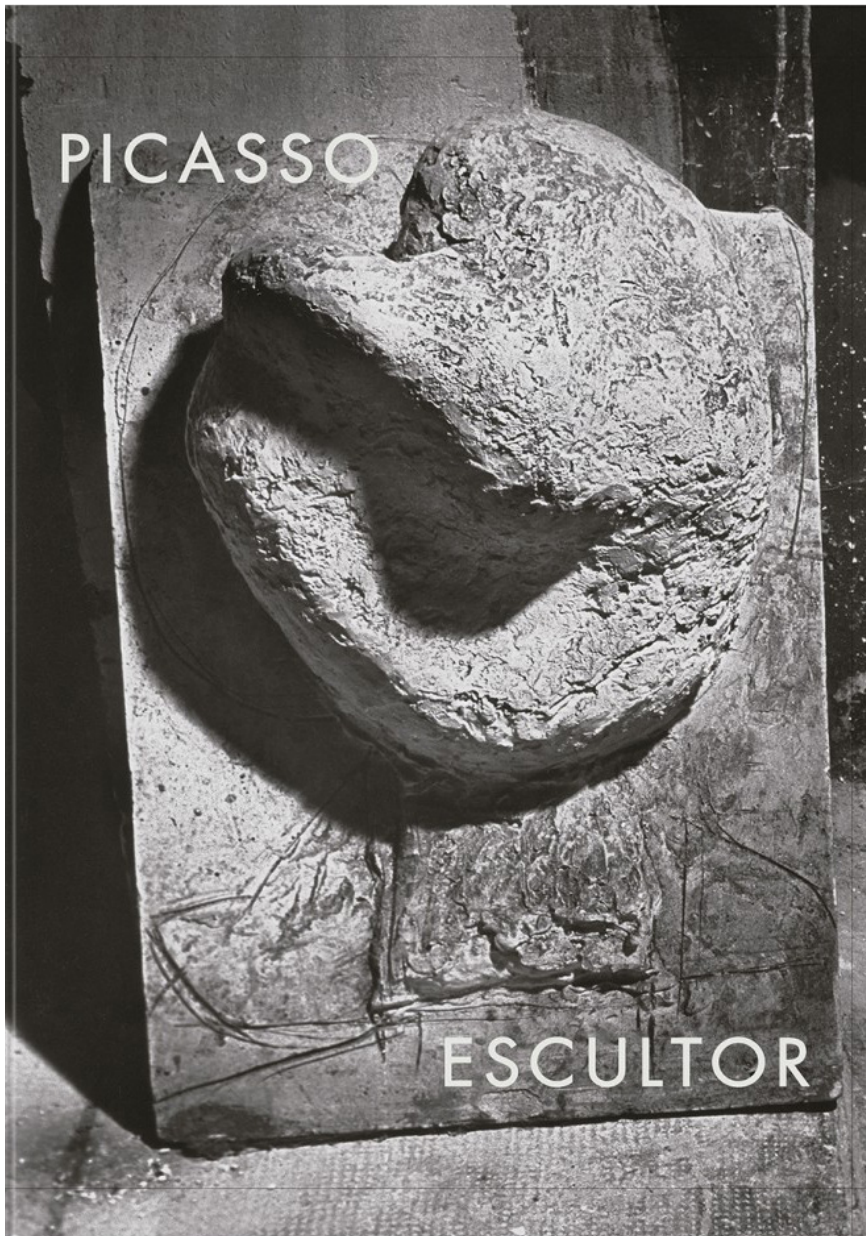
SUSCRIBETE

Descripción Detalles del artículo

ANÀLISIS DE LA PÀGINA WEB

A la pàgina web de “LA FÁBRICA” podem veure informació relacionada amb el llibre; títol, autor, preu, descripció, el número de pàgines, el tamany del llibre i el tipus de tapa. Tenim la opció de fer la compra online i veure algunes pàgines del llibre. A la part inferior ens fa una recomanació de llibres que et poden interessar en base al que has seleccionat.

Manté una estètica molt pulida i minimalista; fons blanc i lletres en negre. Fan servir el color gris per dividir seccions i donar ordre a la web.



DADES IMPORTANTS DEL LLIBRE

- **Títol:** PICASSO ESCULTOR
- **Autor:** Brassai
- **Preu:** 38€
- **Número de pàgines:** 148
- **Tamany del llibre:** 240 x 320 mm
- **Tapa:** Dura
- **Descripció del llibre:**

Aquest llibre ofereix una exploració exhaustiva de la pluralitat gairebé infinita d'estils que Picasso va fer servir per representar el cos humà, descomponent-lo i reconstruint-lo a través de diversos formats i gèneres. Les seues obres són un reflex de la seua genialitat i revolucionària visió artística.

La publicació compta amb assajos de destacats experts, com Carmen Giménez, comissària i experta internacional en Picasso, Diana Widmaier Picasso, historiadora de l'art francesa especialitzada en art modern i néta de l'artista, i Pepe Karmel, professor d'Història de l'Art a la Universitat de Nova York. Les seves anàlisis enriqueixen la comprensió de l'obra escultòrica de Picasso.

5.03

Taschen és una editorial internacional coneguda per produir llibres de alta qualitat que abasten una àmplia varietat de temes, com ara art, arquitectura, disseny, fotografia i cultura. Fundada el 1980 per Benedikt Taschen a Colònia, Alemanya, l'editorial destaca per les seves edicions visualment impactants, el seu enfocament en l'accessibilitat i les seves col·laboracions amb artistes i experts reconeguts.

LA MARCA

Taschen, fundador de la editorial, va decidir utilitzar el seu propi cognom per a la seva empresa i va seleccionar aquesta paraula per simbolitzar la idea de llibres que es podrien portar en una bossa.

NAMING

La tipografia que utilitza el logotip es la "Taschen Verlag Regular", una tipografia que va ser creada especialment per la marca. Es una sans serif molt senzilla de color negre. També fan servir aquesta tipografia per el cos de text dels seus llibres i la combinen amb tipografies serif que fan servir a els seus títols.

TIPOGRAFIA

La maquetació dels seus llibres és elegant i minimalista. No fan servir gaire text, ni experimenten molt amb la composició de les pàgines.

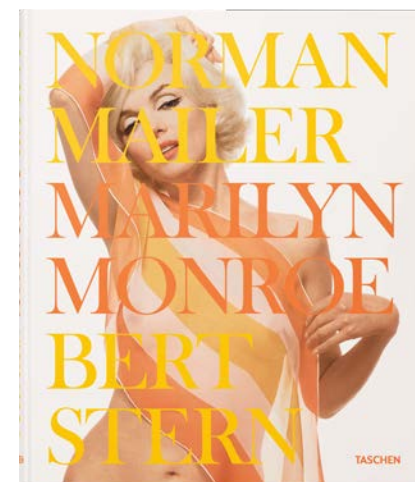
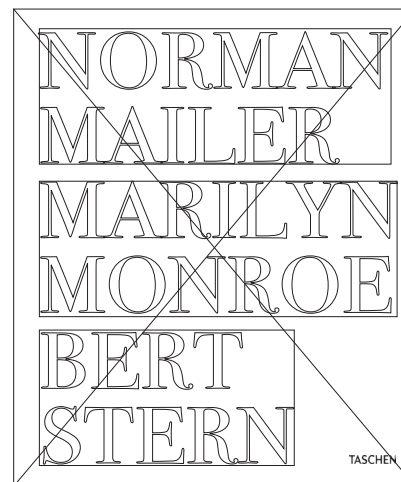
MAQUETACIÓ



5.03

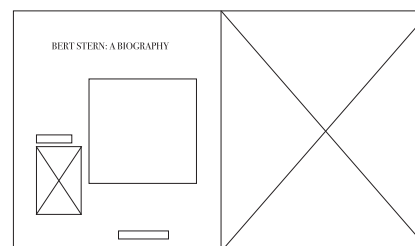
PORTADA

El títol ocupa practicamente tota la portada, a primera vista podem veure la divisió dels tres noms per l'ús dels colors: Norma Mailer, Marilyn Monroe i Bert Stern. Fan servir la Bodoni Book en tonalitats càlides, que combinen amb la imatge de fons; una imatge a color de Marilyn que ocupa tota la pàgina. El logo de Taschen ho podem veure a la part inferior dreta en color taronja.



PÀGINA 01

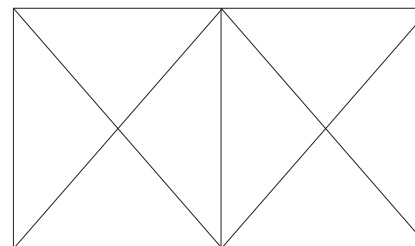
Fan servir una retícula on combinen imatges amb text. A la pàgina esquerra podem veure el títol a la part superior dreta en Bodoni Book. Sota del títol veiem un text extens que té més pes a la part dreta de la pàgina. A la part inferior esquerra trobem una imatge acompanyada d'un petit text. A la part inferior de la pàgina podem veure la numeració de la pàgina acompanyat d'un petit text del títol del llibre. A la pàgina dreta trobem una imatge a pàgina sencera sense numeració, sense text i sense marges.



01

PÀGINA 02

Aquesta pàgina només mostra una imatge a doble pàgina on no hi ha ni text ni numeració. Es una imatge a color sense marge.



02

ANÀLISIS DE LA PÀGINA WEB

A la pàgina web de Taschen podem veure informació relacionada amb el llibre; títol, autor, preu, descripció, el número de pàgines, el tamany del llibre, el tipus de tapa, la data de publicació... Tenim la opció de fer la compra online i veure algunes pàgines del llibre. A la part inferior ens fa una recomanació de llibres que et poden interessar en base al que has seleccionat. A part també té una secció de opinió del client.

Manté una estètica molt minimalista i actual; fons blanc, text en negre, bona jerarquia dels textos, desprèn elegància. De lluny la pàgina web més estètica i funcional de la comparativa.

The screenshot shows the product page for the book 'Norman Mailer. Bert Stern. Marilyn Monroe' on the Taschen website. The page features a large image of the book cover, which has a white background with a photograph of Marilyn Monroe and the title in large, bold, orange and yellow letters. To the left of the book image is a vertical navigation bar with four colored segments: yellow, white, orange, and yellow. Below the book image, there is a small '2 / 10' indicator. To the right of the book image, there is a sidebar with the following information:

- XXL
- Norman Mailer. Bert Stern. Marilyn Monroe**
- € 1.000
- Añadir a la cesta
- Edición: Inglés
- Disponibilidad: En stock
- Sensual, artístico y profundo**, este volumen único retrata la complejidad y el atractivo de una incomparable estrella de la gran pantalla por medio del **texto original de Norman Mailer, Marilyn, y el impresionante portfollio de Bert Stern** sobre la actriz. Esta publicación en Edición de Coleccionista limitada es una inspirada fusión de **arte y literatura** que revela la vulnerabilidad, la inteligencia y el imperecedero encanto de Monroe.
- Edición de Coleccionista limitada de 1.712 ejemplares**
- Edición de 1.712 ejemplares
- Tapa dura en estuche, 36.5 x 44 cm, 7,28 kg, 278 páginas
- ★★★★★ 0 clasificaciones
- Ver calificación y reseñas

Below the book image, there is a section titled 'Tres leyendas' with the following content:

Monroe según Mailer y Stern

TASCHEN ha emparejado ahora el texto original de Mailer con las fotografías de Bert Stern de la legendaria sesión Last Sitting —las que se consideran las fotografías más íntimas jamás tomadas de Marilyn— para componer un homenaje adecuado a la mujer que, en el momento de su muerte, en 1962, era el símbolo de glamour y erotismo más famoso del mundo para toda una generación. Pero, aunque festejada y adorada por su público, su vida privada era la de una niña perdida y desesperada por encontrar amor y seguridad. **La Marilyn de Mailer es hermosa, trágica y compleja.** A medida que Mailer repasa su vida —desde su infancia sombría hasta las misteriosas circunstancias de su muerte—, ella surge como un símbolo de la extraña década durante la que reinó como la mayor estrella femenina de Hollywood.

Este libro, concebido por Lawrence Schiller, colaborador de Mailer en cinco obras, combina el texto magistral del escritor con las penetrantes imágenes de Stern de Marilyn a los 36 años. **Fotografiada para la revista Vogue durante tres días en el Bel-Air Hotel, Marilyn nunca había permitido un acceso tan libre ni se había visto tan pamosamente hermosa.** Tres semanas más tarde, estaba muerta. En esta síntesis audaz de clásico literario y legendaria sesión de retratos, Mailer y Stern descorren el velo de confusión que rodea a la Monroe —la mujer, la estrella, el sex symbol— y ofrecen una mirada profunda a una figura emblemática cuya personalidad verdadera sigue siendo esquivia y enigmática.

- Las traducciones del texto de Mailer están disponibles en alemán (la traducción data de 1992) y, **ahora por primera vez, en español y francés**
- Limitado a un total de 1.962 ejemplares** numerados firmados por Bert Stern, este libro está disponible como Edición de Coleccionista (Núms. 251-1.962) y también en dos Ediciones de Arte de 125 ejemplares cada una (Núms. 1-250).

Below this section, there is a section titled 'Sobre el fotógrafo' with the following content:

Bert Stern (1929–2013) era uno de los mayores fotógrafos de retratos de los Estados Unidos. Durante los años 1960 produjo anualmente unas 200 páginas para *Vogue*, así como muchas de las campañas publicitarias más importantes de la prensa y la televisión. Es muy conocido por sus revolucionarios anuncios gráficos para Smirnoff y su sesión de retratos de **Marilyn Monroe** apenas seis semanas antes de su muerte. Stern vivió y trabajaba en la ciudad de Nueva York.

Sobre el autor

Norman Mailer (1923–2007) fue uno de los escritores más grandes e influyentes del siglo XX, así como una de las figuras literarias más renombradas y controvertidas de Estados Unidos. El exitoso autor de una docena de novelas y 20 obras de no ficción, también escribió piezas de teatro, guiones cinematográficos, miniseries de televisión, cientos de ensayos, dos libros de poesía y una colección de cuentos. Dos veces ganador del premio Pulitzer, vivió en Brooklyn, Nueva York, y en Provincetown, Massachusetts.

Norman Mailer. Bert Stern. Marilyn Monroe

Edición de 1.712 ejemplares
Tapa dura en estuche, 36.5 x 44 cm, 7.28 kg, 278 páginas
ISBN 978-3-8365-1185-8
Edición: Inglés

Descarga imágenes de productos aquí

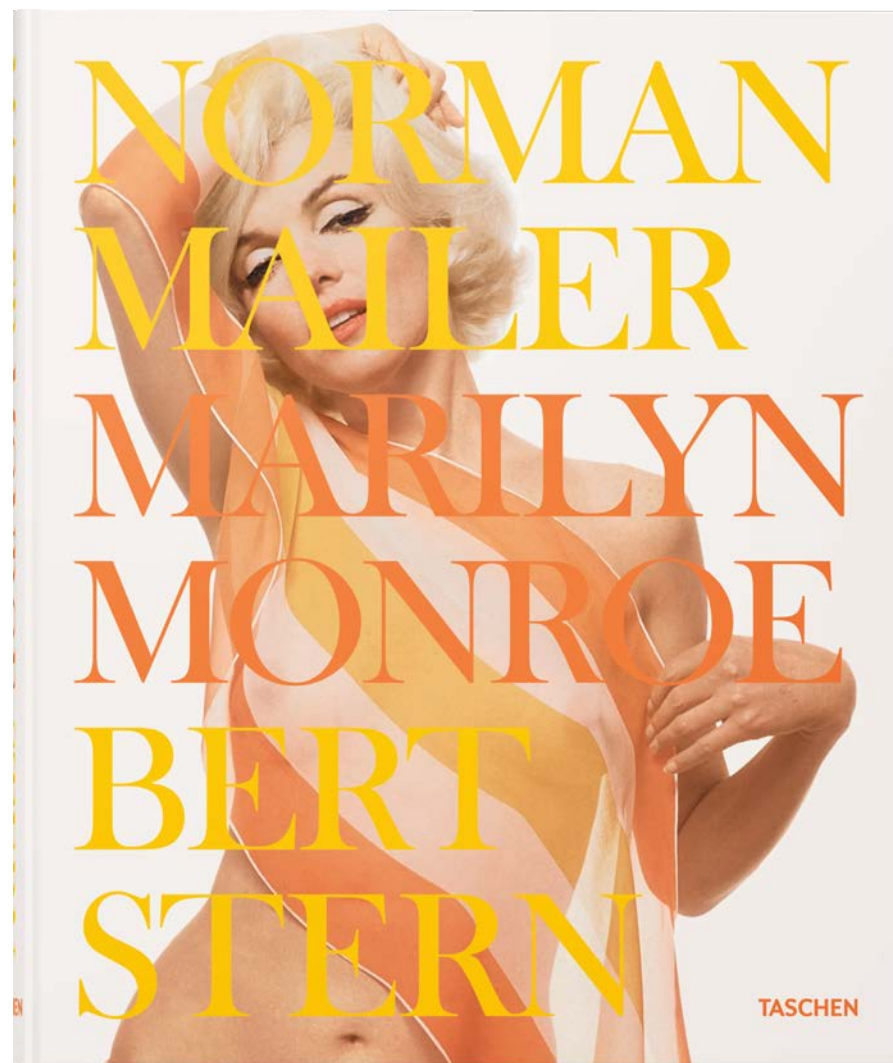
At the bottom of the page, there is a small version of the product information sidebar, including the title, price (€ 1.000), and an 'Añadir a la cesta' button.

5.03

DADES IMPORTANTS DEL LLIBRE

- **Títol:** Norman Mailer. Bert Stern. Marilyn Monroe
- **Autor:** Bert Stern
- **Preu:** 1.000€
- **Número de pàgines:** 278
- **Tamany del llibre:** 365 x 440 mm
- **Tap:** Dura amb estoig edició col·leccionista
- **Descripció del llibre:**

Sensual, artístic i profund, aquest volum únic retrata la complexitat i l'atractiu d'una estrella incomparable de la gran pantalla per mitjà del text original de Norman Mailer, Marilyn, i l'impressionant portfoli de Bert Stern sobre l'actriu. Aquesta publicació a Edició de Col·leccionista limitada és una inspirada fusió d'art i literatura que revela la vulnerabilitat, la intel·ligència i l'imperi encant de Monroe.



CONCLUSIONS

La **maquetació** dels llibres sol estar guiada per les fotografies i no pel text (el text acompanya les imatges). Solen haver-hi quatre maneres de trobar les imatges:

- A doble pàgina.
- A pàgina completa.
- A mitja pàgina.
- Mode collage o sense seguir un patró.

Per a la **tipografia** dels logos tenim un empat entre Serif i Sans Serif. Tot i que tots són logotips, és a dir, que només usen text. Generalitzant de mala manera, les tipografies més utilitzades són l'Helvètica i la Bodoni.

Per al **naming** molts usen el seu nom o cognom, altres escullen paraules que representin d'alguna manera els valors i la identitat de l'empresa. Tots els llibres són de **tapa dura**. En edicions més cuidades i exclusives, com les de Taschen, els llibres vénen en un estoig per guardar-hi el llibre, poden incorporar fins i tot guants i una bossa per portar el llibre. El **tamany** dels llibres va dels 279,4 × 216 mm als 365 × 440 mm.

Els llibres ronden les **200 pàgines**. Els **preus** estan entre els 35€ i els 60€, menys els llibres de Taschen que poden arribar a sobrepassar els 1.000€.

Sens dubte, **Taschen** és l'editorial més top de la comparativa. Els seus productes són d'alta qualitat, la maquetació és elegant, té una pàgina web molt cuidada... Presenten els productes tan bé, que tenen ganes de comprar-los.

5.04

**ALTRES PRODUCTES
GRÀFICS D'INTERÈS**

FANZINE ROSALÍA

PER CARLOTA GUERRERO

Al 2022 Rosalía va publicar a la seva pàgina web un fanzine que va crear en col·laboració amb Carlota Guerrero, una fotògrafa, cineasta i directora d'art espanyola coneguda per explorar temes de feminitat i autonomia corporal.

El zine, de 35x50cm, té imatges del procés creatiu de MOTOMAMI, tant a nivell d'identitat gràfica com a nivell compositiu. Entre esborranys de les lletres de Rosalía apareixen fotografies de backstages, shootings i fotogrames d'alguns dels seus videoclips.

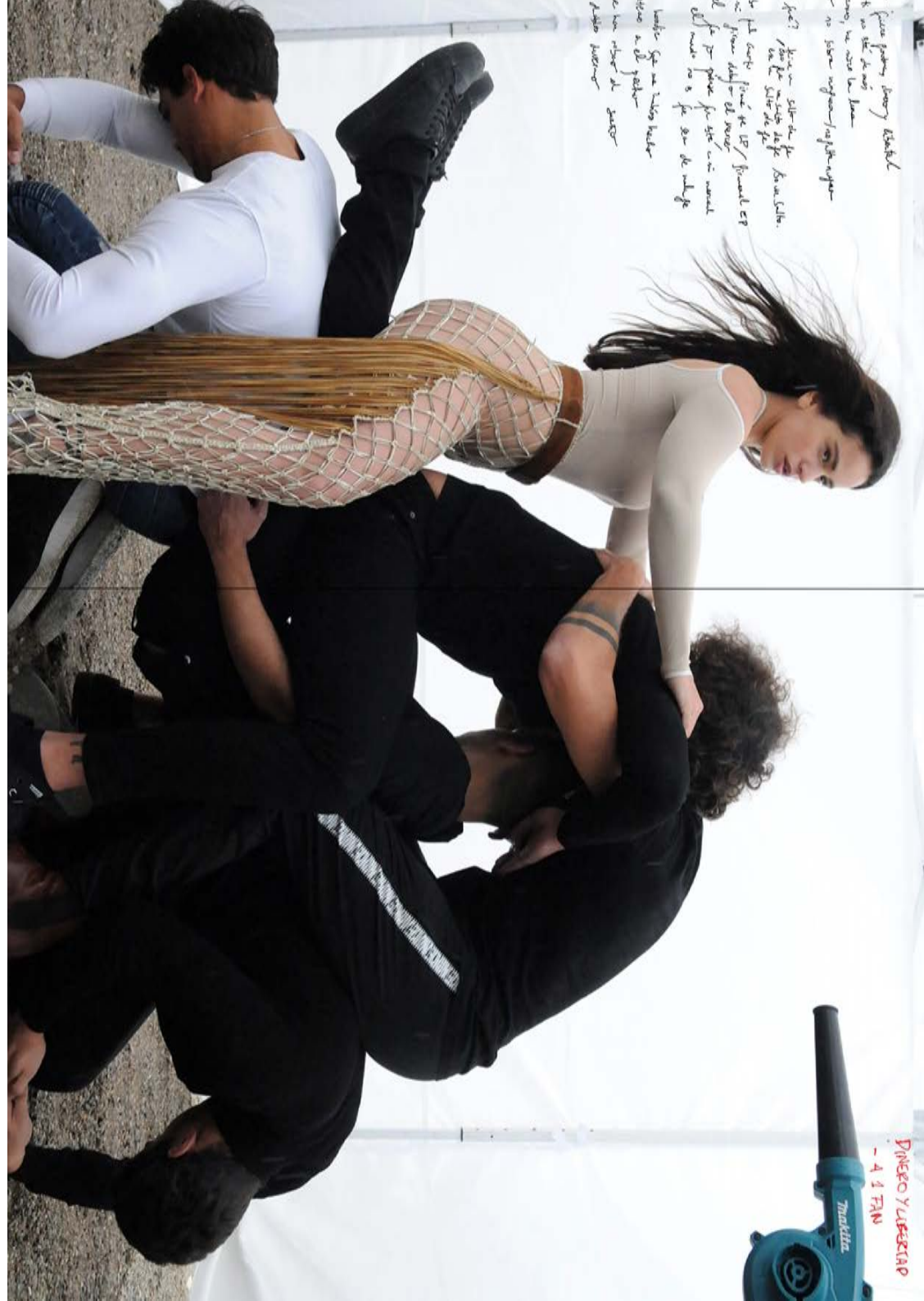


MAQUETACIÓ

Tant les fotografies com la maquetatció tenen un estil molt personal i experimental que m'interessa molt per aquest projecte.

Sembla que estiguem llegint el seu diari personal, que ens estigui mostrant una part molt privada del seu procés creatiu i de la seva visió com artista. La gran majoria de textos son escanejats de la mateixa artista, del moment on estava escrivint el concepte i les lletres del seu àlbum. Podem veure la seva lletra, tatxons, esbossos de vestuari...

No hi ha una estructura fixa per les pàgines, apliquen imatges a pàgina sencera, a doble pàgina, mitja pàgina o a mode collage. Per el text digital fan servir una serif semblant a una Bodoni o una Linotype.



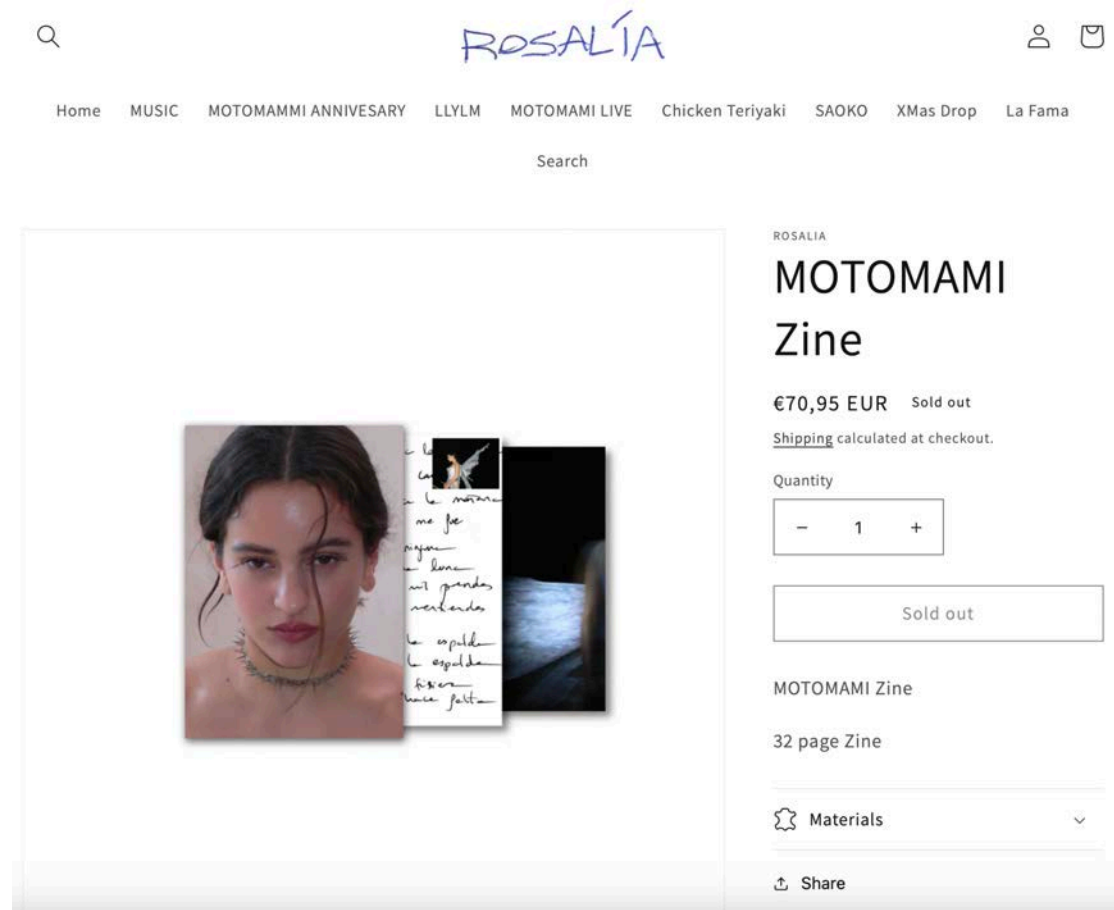
5.04

PÀGINA WEB

A la pàgina web podem veure reflexada la estètica tant del fanzine com del seu últim projecte; predomina l'ús del blanc i el negre, però sobretot els escrits a mà, que és el que realment li dona continuïtat a tota aquesta era.

Visualment, m'agrada molt la pàgina, però l'informació que proporciona es bastant escassa. Només ens diu el preu i el número de pàgines.

- **Títol:** MOTOMAMI Zine
- **Autor:** Carlota Guerrero i Rosalia
- **Preu:** 70,95€
- **Número de pàgines:** 32
- **Tamany del llibre:** 350x 500 mm
- **Tapa:** Paper de revista

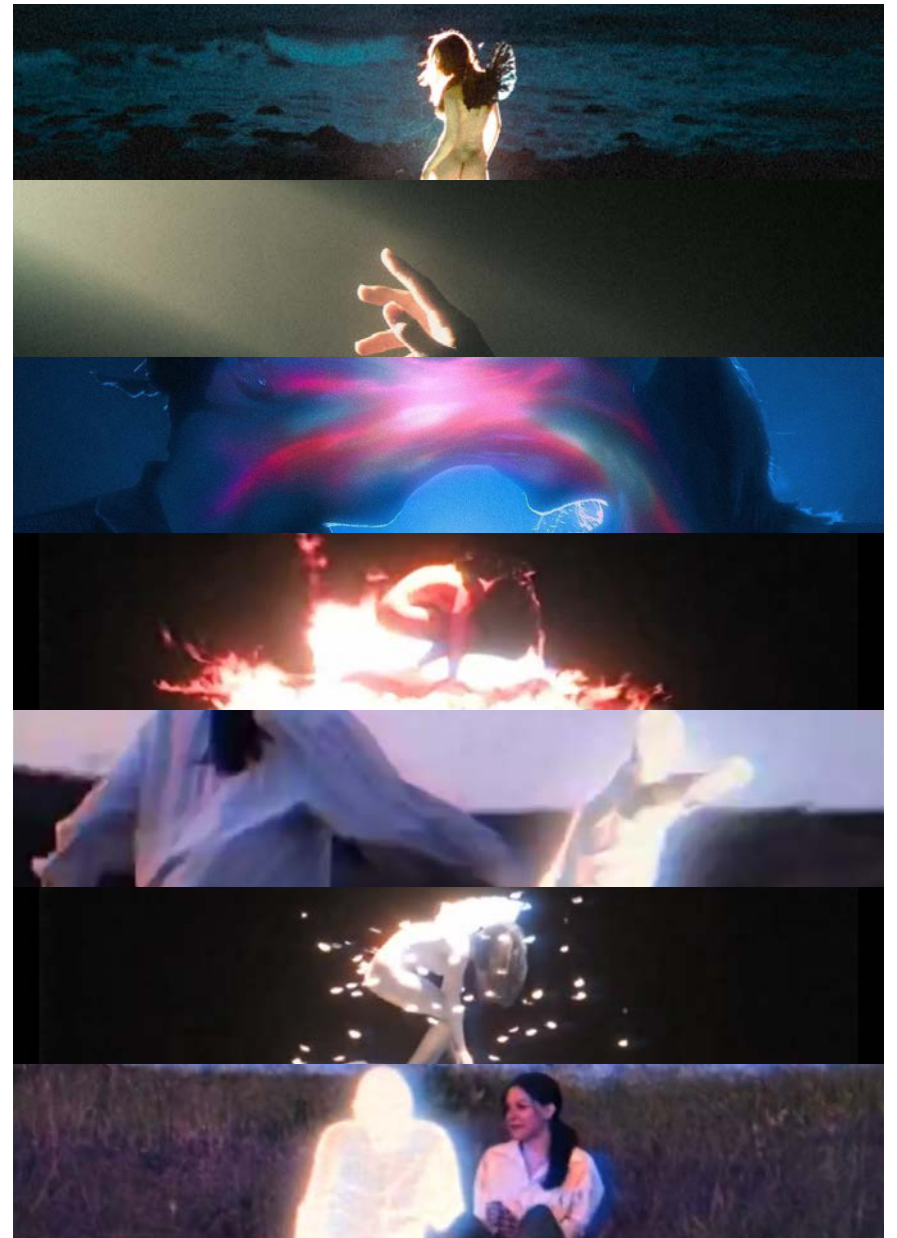


OSWALDO CEPEDA MOODY DARK ROOM

Oswaldo Cepeda és un jove fotògraf de San Diego, Califòrnia, que va començar a fotografiar per desahogar i transmetre les seves emocions sense necessitat de fer servir paraules.

Fa servir tècniques molt interessants, que donen importància i reforçen les històries que vol transmetre. Captura el moviment d'una manera molt especial, no tan sols en fotografia, si no també en vídeo.



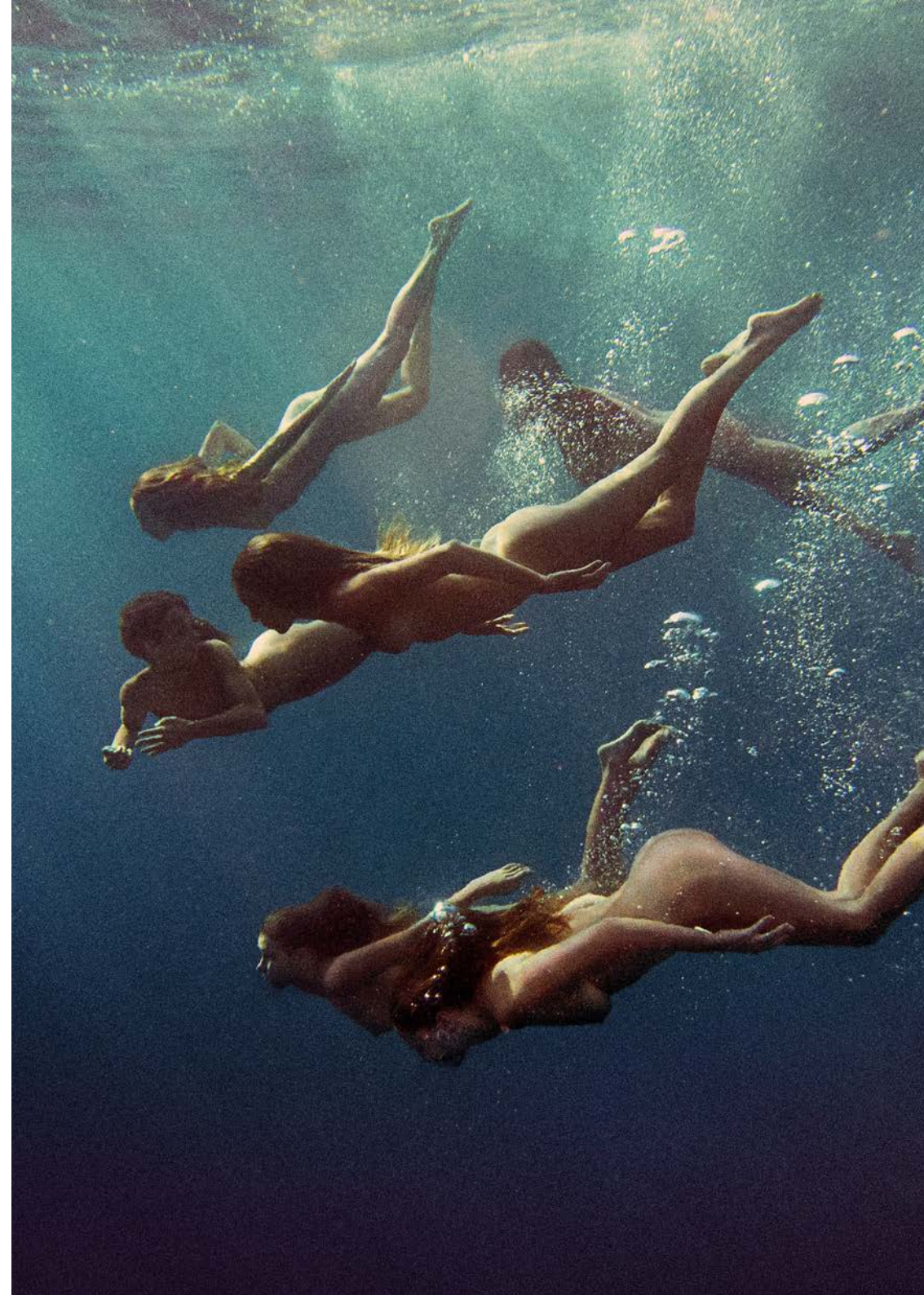


KATE BALLM

I LA SEVA OBRA

Kate Bellm és una fotògrafa britànica coneguda pel seu treball en l'àmbit de la moda i la fotografia artística. Ha treballat amb diverses marques i revistes de renom, capturant imatges distintives i sovint surrealistes.

La natura té molta relevància a la seva obra; elements com el foc o l'aigua fan que les seves imatges tinguin aquesta sensació de surrealisme.





CONCLUSIONS

Mantenir la part elegant, esquemàtica i formal del llibre d'autor, però incorporant-hi aquests elements més orgànics i caòtics que tenen projectes com el fanzine de la Rosalía.

Per a la fotografia, prioritzar que cada imatge transmeti i doni importància a la història. Ser capaç de captar un moviment o una emoció de la manera correcta. Experimentar amb la il·luminació com ho fa Oswaldo Cepeda, jugar amb elements com l'aigua o el foc. Treure partit a imatges naturals com fa Kate Bellm.

06 CONTRABRIEFING

CONCRECIÓ I SEGMENTACIÓ DEL PÚBLIC OBJECTIU

Público primari:

- Escoles d'art que compren llibres per a mostrar als seus alumnes referències, inspiració i treballs duts a terme.
- Biblioteques que compren llibres per a tenir una gran varietat d'exemplars on buscar informació.

Público secundari:

- Estudiants de les escoles d'art que llegeixen i prenen com a referència aquests llibres.
- Persones que van a la biblioteca a la recerca de llibres artístics.

USERS PERSONS

TRES REPRESENTACIONS

Bianca Martínez

La fotògrafa amant de l'art.

Laia Montvell

La fan col·leccionista.

Elena Piga

Directora d'una Escola d'arts i disseny.



BIANCA MARTÍNEZ

Fotògrafa i amant de l'art.

Dades demogràfiques:

- Edat: 56 anys
- Gènere: Femení
- Ubicació: Madrid, Espanya
- Ocupació: Fotògrafa independent i professora de fotografia en una escola d'arts locals

Antecedents i habilitats:

Bianca ha dedicat més de 30 anys a la fotografia i ha sigut testimoni de l'evolució de la tecnologia en aquest camp. Posseeix una llicenciatura en Belles arts i ha pres cursos addicionals en fotografia artística i documental. Té habilitats avançades en l'ús de càmeres analògiques i digitals, així com en el processament d'imatges.

Comportaments i motivacions:

- Bianca té una profunda apreciació per l'art en totes les seves formes, i la fotografia és el seu mitjà preferit per a expressar-se.
- Gaudeix explorant noves tècniques i estils fotogràfics, des de retrats clàssics fins a experiments creatius amb la llum i la composició.
- L'apassiona compartir el seu coneixement amb uns altres, especialment amb joves aspirants a fotògrafs.

Objectius:

- Capturar l'essència i la bellesa en situacions quotidianes a través de la seva lent.
- Continuar impartint coneixements i tècniques fotogràfiques als seus alumnes.

Desafiaments:

- Adaptar-se a les noves tecnologies i tendències en la fotografia digital.
- Trobar oportunitats per a exhibir el seu treball en galeries locals i esdeveniments.

Com aquest projecte pot ajudar a la Bianca:

- Podria gaudir de l'enfoc artístic de la nova generació de fotògrafs.
- Noves formes d'inspiració.
- Aprendre a fusionar la fotografia analògica i digital/ l'art manual i digital.



LAIA MONTVELL

Col·leccionista

Dades Demogràfiques:

- Nom: Laia Montvell
- Edat: 22 anys
- Gènere: Femení
- Ubicació: València, Espanya
- Ocupació: Estudiant de Belles arts i Assistent de Galeria d'Art

Antecedents i Habilitats:

Estudiant apassionada de Belles arts amb un enfocament en història de l'art contemporani. Habilitats en recerca i anàlisi d'obres d'art. Treballa a temps parcial en una galeria d'art local, la qual cosa li brinda una visió profunda del món de l'art i les col·leccions limitades.

Comportaments i Motivacions:

- Laia té un amor profund per l'art contemporani i es sent atreta per artistes emergents i expressions artístiques úniques.
- Gaudeix de l'experiència física de visitar galeries i exposicions per a submergir-se en l'obra dels seus artistes favorits.
- Li agrada estar al corrent de les últimes col·leccions limitades i edicions especials d'artistes destacats.

Objectius:

- Ampliar la seva col·lecció personal d'art contemporani.
- Connectar amb artistes emergents i establerts.

Desafiaments:

- Administrar el seu pressupost per adquirir peces exclusives.
- Trobar noves maneres de descobrir artistes i col·leccions limitades.

Com aquest projecte pot ajudar a la Laia:

- Proporcionar informació exclusiva sobre els seus artistes preferits.
- Descobrir a artistes emergents.
- Oferir contingut sobre el procés creatiu i les històries darrere de les obres d'art.



ELENA PUIG

Directora d'una Escola d'Arts i Disseny

Dades Demogràfiques:

- Nom: Elena Puig
- Edat: 42 anys
- Gènere: Femení
- Ubicació: Barcelona, Espanya
- Ocupació: Directora d'una escola d'arts i disseny

Antecedents i Habilitats:

Titulada en Educació Artística i Gestió Educativa. Experiència laboral prèvia com a professora d'arts visuals. Habilitats en la gestió administrativa i el desenvolupament curricular.

Comportaments i Motivacions:

- Apassionada per les arts visuals i el disseny des d'una perspectiva educativa.
- Compromesa amb proporcionar oportunitats creatives i educatives als estudiants.
- Busca constantment millorar la qualitat educativa i fomentar la innovació en el disseny curricular.

Objectius:

- Elevar el prestigi i la reputació de l'escola com a referent en educació d'arts i disseny.
- Desenvolupar programes educatius que preparin els estudiants per la indústria creativa.

Desafiaments:

- Mantenir-se al corrent de les darreres tendències en art i disseny per actualitzar el pla d'estudis.
- Atreure i retenir professors talentosos i compromesos amb la visió educativa de l'escola.

Com aquest projecte pot ajudar a la Elena:

- Proporcionar recursos i contingut educatiu rellevant per integrar al pla d'estudis.
- Facilitar la connexió amb professionals de la indústria per a col·laboracions i projectes pràctics.
- Mostrar als estudiants noves formes d'aplicar el seu art.

07 BASE CONCEPTUAL

MISSIÓ

“Explorar la intersecció entre la imatge visual i l’expressió poètica per crear una experiència única que inspire la reflexió, l’emoció i la connexió amb el món que ens envolta.”

VALORS

- **Creativitat:** Celebrar la creativitat i l’originalitat tant a l’elecció de les imatges com a l’expressió poètica per oferir una obra única i captivadora.
- **Emoció:** Transmetre i evocar emocions a través de la combinació d’imatges i poesia, creant una experiència sensorial per al lector.
- **Connexió:** Fomentar una connexió significativa entre el lector i l’obra, tot proporcionant un espai per a la introspecció i l’apreciació estètica.
- **Autenticitat:** Valorar l’autenticitat a l’expressió artística, buscant capturar la veritable essència dels moments i les emocions a través de la fotografia i la poesia.
- **Diversitat:** Celebrar la diversitat de perspectives i experiències mitjançant una varietat d’imatges i expressions poètiques, oferint una obra que ressoni amb una àmplia gamma de lectors.
- **Inspiració:** Inspirar la imaginació i la contemplació, motivant el lector a explorar el significat darrere de cada imatge i vers.

DIFERENCIACIÓ DEL PROJECTE

La mort.

Parlar de la mort no és el més comú als llibres d’autor.

Diari.

Tindrà un estil molt personal, el text estarà escrit a mà, com si estiguéssim llegint un diari. Text a bolígraf, dibuixos, tatxons, gargots...

La fotografia serà una representació visual del text.

La intenció és que, només de veure les imatges, puguis arribar a comprendre el viatge emocional que està patint la protagonista.

Experiència.

El llibre ha de ser una experiència; comença amb una mort i acaba amb una vida, i això s’ha de veure reflectit. Ha de tenir un fil conductor, tant estètic com a conceptual; el packaging, el disseny del llibre, la pàgina web, el cd...

Artistes convidats.

El fet de poder portar artistes convidats que s’involucrin en el procés creatiu i que tinguin l’oportunitat d’explicar una història, és una cosa que marca una gran diferència en aquest projecte.

Elements exclusius.

Dins cada llibre hi haurà un cd amb un behind the scenes del procés creatiu, on podrem conèixer millor l’artista i el projecte. En estar involucrats en el procés, cada artista podria introduir algun detall personal, com ara una nota o una dedicatòria.

7.01

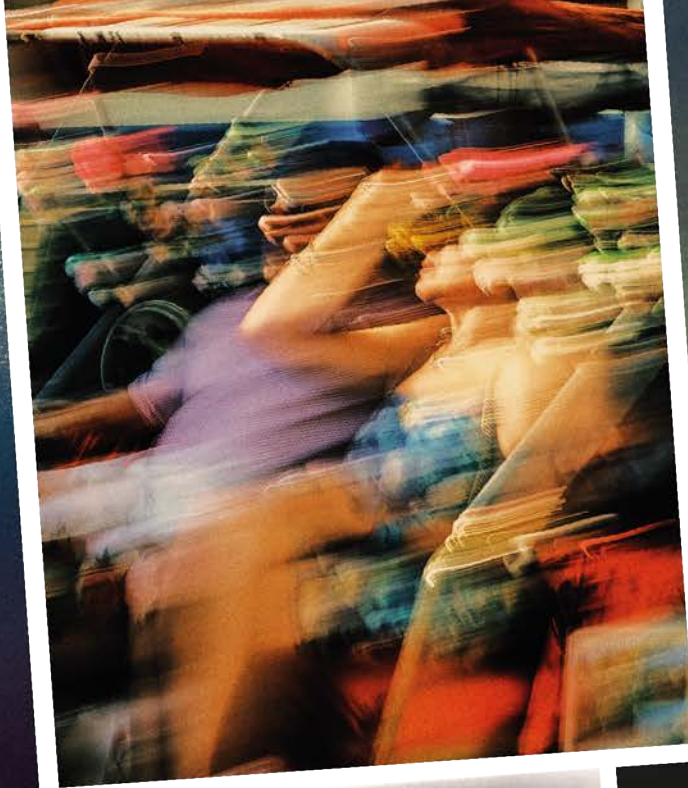
LÍNIES ESTRATÈGIQUES

- Estudiar la mort des d'un punt de vista teòric: diferents tipus de dol, tradicions, simbologia, mort i religió... Llegir algun llibre relacionat amb el tema.
- Buscar diferents estils de gargots que es puguin aplicar al text, a les imatges i al packaging.
- Pensar quins artistes poden encaixar i aportar al projecte.
- Jugar amb la il·luminació, la diafragma i la velocitat d'obturació. Combinar tècniques manuals, amb tècniques digitals.
- Buscar materials que puguin marcar una diferència al resultat final del projecte.
- No descuidar la part de promoció digital, com ara la pàgina web o les xarxes socials, per poder arribar a un públic més ampli.

08 FORMALITZACIÓ

8.01

MOODBOARD FOTOGRAFIA



8.02

MOODBOARD MAQUETACIÓ

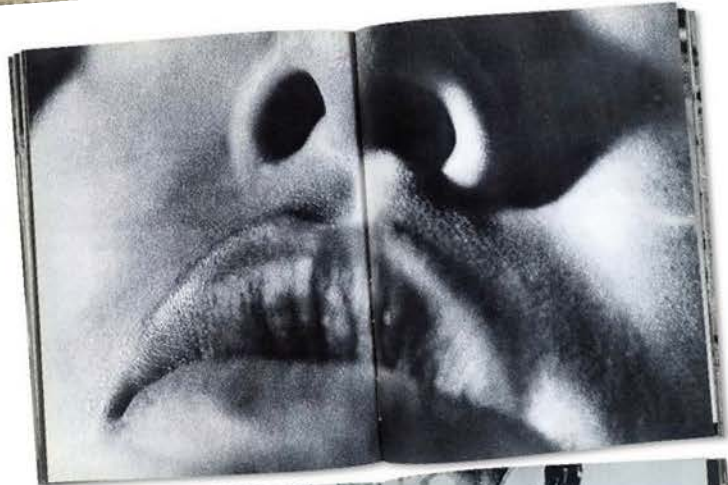
this is La Vie en Rose.
 When you kiss me heaven sighs
 and though I close my eyes
 I see La Vie EN ROSE.

When you Press me into your heart, I'm in a world
 apart. A WORLD WHERE ROSES BLOOM
 and when you speak ANGELS sing from ABOVE
 everyday words seem to turn into LOVE SONGS

Give your HEART & SOUL to ME
 and life will always be
 LA VIE EN ROSE ♡



I thought that
 shadow has human's spirituality.
 So I observed move of shadow.
 It ~~is~~ that shadow ~~is~~ lead people.
 Seem like



YOU ARE AMAZING PLEASE STAY
 BELIEVING SO AS YOU RUSH ARE
 YOU HAVE COME SO FAR AND YOU
 SHOULD BE PROUD OF YOURSELF
 ARE YOU READY TO TAKE THE NEXT
 STEP WITHIN YOUR BUSINESS? ARE
 YOU WANTING TO FINALLY FOLLOW
 YOUR DREAMS? ARE YOU READY
 TO TAKE THE LEAP? I AM HERE
 AND WAITING TO JOIN YOU! HOLD
 ON TO YOUR HAND ALONG THE WAY
 LETS BUILD A BUSINESS IN WHICH
 YOU MAY HAVE A MILLION IDEAS
 CAN CHANGE LIVES. THE CHANGE
 AND OURSELVES ARE AT THE SAME
 TIME IT ALL STARTS WITH YOU
 MUST BELIEVE IN YOURSELF I WANT
 TO LEARN THAT NO ONE ELSE WILL
 BELIEVE IN YOU UNTIL YOU DO
 YOU MAY HAVE A MILLION IDEAS
 HOWEVER UNTIL YOU TAKE ACTION
 AND ACTUALLY SHOW THEM WHAT
 YOU ARE MADE OF THEN THEY
 THEY DO NOT BELIEVE IN YOU AND IN
 MY SPIRITUAL I HAVE FOUND UPON
 THEIR ENERGY I FULLY BELIEVE THAT
 WHEN YOU ARE FURTHERING YOUR
 PURPOSE THE UNIVERSE WILL
 DO SOMETHING WITHIN ITS POW-
 ER TO MAKE IT HAPPEN FOR YOU
 ARE YOU READY TO CHASE
 YOUR DREAMS? IF SO
 LETS DO THIS TOGETHER

et libero dapibus
 m eu diam malesuada,
 s. Sed egestas facilisis
 osque ante dictum
 s non malesuada quam.
 us erat Aenean ut dictum
 nibus felis interdum
 ntum eu. Donec eget quam
 lobortis. Phasellus
 verra. Proin consectetur
 at magna lacinia quis



8.03

BLONDE

El títol “Blonde” fa homenatge a la figura icònica de Marilyn Monroe, que evoca els temes centrals del projecte. Aquest llibre serà com llegir el diari personal de l’artista, i abordarà temes com l’amor, la fama, la bellesa, la vulnerabilitat o la tragèdia. Aquests temes es poden veure reflectits en les memòries de Marilyn, una figura icònica molt deshumanitzada que es va començar a prendre seriosament després de la seva mort. Per això vull rendir-li homenatge nomenant-la com es la coneixia col·loquialment: BLONDE.



NAMING

1. “Blonde”
2. “Eclipsed”
3. “Icon”
4. “Fragile Fame”
5. “Golden”
6. “Enigma”
7. “Gilded”
8. “Silhouette”
9. “Halo”
10. “Shadows”
11. “Glory”
12. “Radiant”
13. “Fleeting”
14. “Starlet”
15. “Legacy”
16. “Echoes”
17. “Glamour”
18. “Whispers”
19. “Reflections”
20. “Rise and Fall”
21. “Solitude”
22. “Memories”
23. “Glimmer”
24. “Stardust”
25. “Reverie”
26. “Eternal”
27. “Fading Light”
28. “Echoes of Elegance”
29. “Transient”
30. “Mourning Glory”
31. “Wistful”
32. “Glow”
33. “Ephemeral”
34. “Radiance”
35. “Dreamscape”
36. “Mystique”
37. “Invisible Crown”
38. “Gossamer”
39. “Haunting Beauty”
40. “Echoes of Grace”
41. “Ethereal”
42. “Illusion”
43. “Vanishing Act”
44. “Shattered Halo”
45. “Reminiscence”
46. “Hallowed Ground”
47. “Resplendence”
48. “Veil of Glamour”
49. “Transient Tales”
50. “Whispers in Time”

8.04

PROPOSTES INICIALS

BLONDE

blonde

BLONDE

blonde

BLONDE

blonde

BLONDE

blonde

BLONDE

blonde



8.04

BLONDE

Didot LH RomanOsF Regular
Tracking (-25)

BLONDE

BLONDE

BLONDE

BLONDE

BLONDE

BLONDE

BLONDE

BLONDE

8.05

ANÀLISIS CROMÀTIC I TIPOGRÀFIC

AD

PHAIDON

RIZZOLI
NEW YORK

VOGUE

CONDÉ NAST

VANITY FAIR

LA FABRICA

TASCHEN

GQ

● Black

FORMALITZACIÓ DE PROPOSTES

VERSIÓ “CLEAN”

8.06



8.06



8.06



8.06



Y hoy te entiendo más que nunca,
porque he vuelto por primera vez
después de tu muerte,
y todo me habla de ti.

La roca donde nos solíamos tumbiar,
que aún conserva nuestras iniciales.
Las flores que recogías para regalarme,
que parecen menos vivas sin ti.
El sonido del agua,
que sin tu voz suena vacío.

Es el lugar donde nació una relación,
donde sonó el primer te quiero.
El lugar donde fuimos felices,
donde aún te siento.
Es el lugar donde quiero poner fin a
todo.

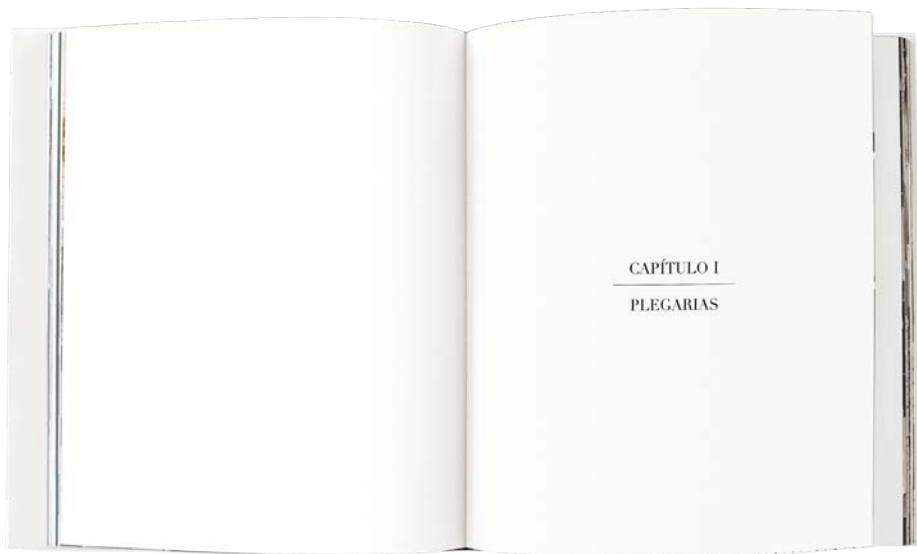
Voy a dejar un regado de sangre,
que borre todo testigo.
Voy a quemarlo todo,
hasta que las llamas me lleven contigo.

Porque este lugar no tiene historia,
si no hay nadie para contarla.

FORMALITZACIÓ DE PROPOSTES

VERSIÓ “SCRIBBLED”

8.06



8.06



VOL 1

~~NOT~~

I'VE BEEN THINKING

ABOUT IT A LOT AND IT SEEMS LIKE

I DON'T KNOW

I WISH I COULD TELL YOU
WHAT I FEEL

~~BUT SHIT
I CAN'T EVEN
DECIDE WHAT TO
DO~~

IT ALL SEEMS SO
BAD.

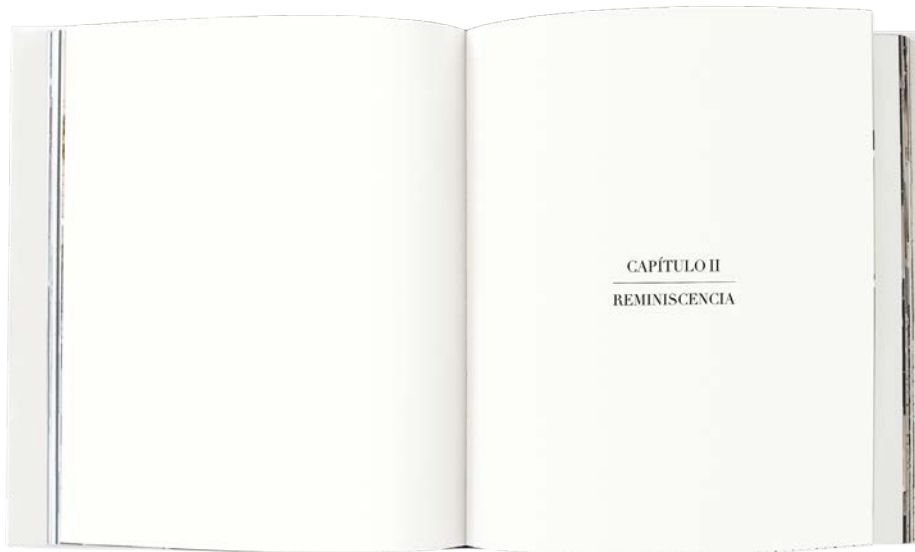
~~BUT SHIT~~

BUT SHIT

I CAN'T EVEN
DECIDE WHAT TO
DO I HAVE
FOR DINNER
SO I STARVE FOR
4 DAYS

all for you
you you you
you you
you you
you you

8.06



8.06



Y hoy te entiendo más que nunca,
porque he vuelto por primera vez
después de tu muerte,
y todo me habla de ti.

La roca donde nos solíamos tumar,
que aún conserva nuestras iniciales.
Las flores que recogías para regalarme,
que parecen menos vivas sin ti.
El sonido del agua,
que sin ti voz suena vacío.

Es el lugar donde nació una relación,
donde sonó el primer te quiero.
El lugar donde fuimos felices,
donde aún te siento.
Es el lugar donde quiero poner fin a
todo.

Voy a dejar un regalo de sangre,
que borre todo testigo.
Voy a quemarlo todo,
hasta que las llamas me lleven contigo.

Porque este lugar no tiene historia,
si no hay nadie para contarla.

8.07

PROPOSTA DEFINITIVA

El llibre narra la història d'una noia que acaba de perdre la seva parella. A través d'aquest viatge emocional veurem com afronta el dol i com avança en aquest moment tan difícil.

Per la temàtica i el tipus de fotografia, m'he decantat per la versió "scribbled" (garabatejada). És una forma de maquetació que convida a experimentar amb diferents tintes, pintures, papers... I m'interessa explorar noves possibilitats per a aquest projecte.

A través de la tinta, podem veure reflectides diferents emocions que, a vegades, és difícil expressar amb paraules. L'ús dels garabats proporciona una sensació semblant a la d'un diari, fent que el lector tingui una experiència més íntima amb el contingut. Utilitzaré la tècnica de la fotocopiadora per a les tintes i les textures, i per aportar efectes visuals a algunes pàgines, faré servir paper vegetal i paper translúcid de colors.



ANÀLISI DAFO

DEBILITATS

Dependència de la disponibilitat de l'artista convidat i del desenvolupament del projecte.

La participació d'un artista principal en cada llibre és crucial per a l'èxit del projecte, però la disponibilitat i el compromís de l'artista podrien ser un repte, especialment amb intervals d'un any.

Possible pèrdua de rellevància en el mercat.

Donat el llarg temps entre cada llançament, hi ha el risc que el projecte perdi rellevància en el mercat o sigui difícil de mantenir l'interès del públic al llarg del temps.

AMENAÇES

Canvis en les tendències del mercat.

Els canvis en les preferències del públic o en les tendències del mercat poden afectar la demanda i la rellevància del projecte al llarg del temps, el que podria reduir l'èxit comercial.

Competència en el mercat de llibres de col·leccionista.

La competència amb altres línies de llibres de col·leccionista i projectes similars podria dificultar la diferenciació i l'atracció de l'atenció del públic.

Recepció mixta per part de la crítica i els lectors.

Si la qualitat o la rellevància dels llibres no compleixen les expectatives del públic, podrien rebre crítiques negatives que afectin la reputació del projecte.

FORTALESES

Associació amb Condé Nast.

La col·laboració amb Condé Nast proporciona accés a recursos, talent editorial i plataformes de màrqueting establertes, el que pot augmentar la visibilitat i el prestigi del projecte.

Potencial per a la qualitat i la profunditat.

El cicle anual ofereix temps suficient per desenvolupar cada llibre amb atenció al detall i profunditat.

Atracció per als col·leccionistes i els aficionats a l'art.

La naturalesa exclusiva i limitada dels llibres de col·leccionista, juntament amb la participació d'artistes reconeguts, pot generar interès i demanda entre els col·leccionistes.

OPORTUNITATS

Exploració de diferents formats i estils artístics.

El projecte ofereix l'oportunitat d'experimentar amb una varietat de formats i estils artístics, el que pot atreure diferents tipus de públic i mantenir l'interès al llarg del temps.

Col·laboracions creuades amb altres marques i artistes.

L'associació amb artistes convidats pot portar a col·laboracions creuades amb altres marques o artistes, el que pot ampliar l'abast del projecte.

Expansió a mercats internacionals.

El prestigi de Condé Nast i la participació d'artistes reconeguts poden facilitar l'expansió del projecte a mercats internacionals.

8.09

ARTS FINALS/ MOCKUPS

- Llibre A4 (210x297mm)
- Pàgines i portada a color
- Tapa dura (2mm) amb encuadernació vertical y acabat mate
- Paper estucat mate de 115 gr a doble cara
- Un aproximat de 50 pàgines
- Llom de 8mm



8.09



8.10

VIABILITAT DEL PROJECTE

Crec que el projecte BLONDE té un gran potencial per a triomfar en el món de l'art i la fotografia. Si es duu a terme amb un pla de negoci ben dissenyat, una selecció acurada d'artistes i un enfocament meticulós en la qualitat i la presentació, aquest projecte podria convertir-se en una font d'inspiració i admiració per als amants de l'art i la fotografia a tot el món.

La combinació de poesia i fotografia ofereix una oportunitat única per a explorar la intersecció entre dues formes d'expressió artística poderoses. En convidar a artistes talentosos a contribuir amb les seves obres i les seves històries, BLONDE pot capturar una àmplia gamma de perspectives i experiències, enriquint així la narrativa general del llibre.

A més, l'associació amb Condé Nast proporciona una plataforma establerta i respectada des de la qual llançar i promoure el llibre, a més de tenir una llarga llista de possibles col·laboradors.

En última instància, crec que el llibre d'autor de BLONDE no sols podria ser un projecte reeixit des del punt de vista comercial, sinó també un catalitzador per la inspiració i l'apreciació de l'art en totes les seves formes.



WEBGRAFÍA

- **ChatGPT.** (2024). <https://chatgpt.com> Condé Nast. (s. f.).
- **Condé Nast.** <https://www.condenast.com/es-es>
- **Kate Bellm.** (s. f.). bit.ly/3yiJo04
- **LA FÁBRICA.** (2024, 6 mayo). <https://www.lafabrica.com/>
- **Moodydarkroom.** (s. f.). <https://www.moodydarkroom.com/>
- **Phaidon.** (s. f.). Home | Phaidon. <https://www.phaidon.com/> Print
- **Color Web.** (s. f.). <https://www.printcolorweb.com>
- **Rizzoli New York.** (2020, 14 febrero). <https://www.rizzoliusa.com/>
- **MOTOMAMI zine.** bit.ly/3JPCsKI
- **Taschen.** (2024). <https://www.taschen.com/es/books/all-titles/>

EMAD

Escola Municipal d'Art i Disseny de La Garriga

2023/ 2024