



BARCETOUR: EXCURSIONES POR BARCELONA
VERANO DE 2019

EDUARDO MARTÍNEZ GARCÍA
PRACTICA FINAL: NEWSLETTER
DISEÑO GRÁFICO
PRIMER CURSO
GRADO EN MULTIMEDIA
UOC

EL DISEÑO

Para la realización del diseño de este *Newsletter*, he querido reproducir una imagen sofisticada donde las fotografías tomaran el protagonismo. Esto se debe a que, al tratarse de un boletín informativo que anuncia una oferta turística de excursiones, en este caso de Barcelona, las imágenes juegan un papel principal a la hora de captar al cliente. Para ello, ha supuesto un reto concentrar el texto en un entorno fotográfico de distintas tonalidades e intensidades.

En cuanto al tratamiento del color, las imágenes presentan un aspecto vivo donde se contrastan las fotografías en primer plano, sin apenas tratamiento, con las capas secundarias de tono más claro para dar dinamismo al texto y logotipos.

Los colores predominantes son el burdeos, el rosa y el blanco. La inspiración la he tomado del logotipo corporativo de la empresa Barcetour y las distintas tonalidades de sus colores.

Asimismo, he querido diferenciar entre las dos páginas que hablan de Barcelona y las relacionadas con la oferta de excursiones, cambiando en el diseño la disposición de columnas por filas.

El logotipo circular con el vector de la sagrada familia en el centro pretende dar al encabezado mayor dinamismo y un sello que une de una manera gráfica la empresa a la ciudad.

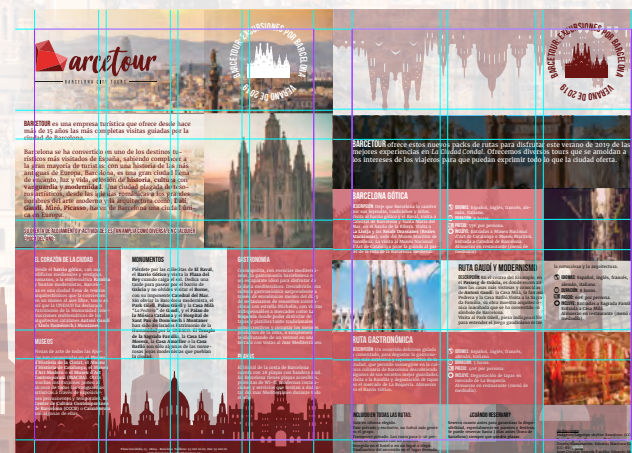


RETICULA DESPLEGADA

A la hora de plantear el diseño para esta práctica he optado por una reticulación de columnas y filas. El resultado, distribuido en módulos o celdas, me ha servido para distribuir el contenido.

Si bien el uso de esta retícula me ha ayudado a realizar un planteamiento inicial del diseño, me he encontrado, durante el proceso de producción, con algunas porciones demasiado cuadrículas o rígidas. Por ello, he utilizado texturas e imágenes para acabar estéticamente con ese pretendido orden.

He optado por utilizar una maquetación de retículas distinta en ambas hojas. La primera hoja presenta cuatro columnas y cuatro filas. En la segunda hoja cambia la composición y encontramos tres columnas y cuatro filas. Esto se debe a que el contenido de cada una de ellas presentaba necesidades diferentes.



CONTRASTE COMPOSITIVO

El diseño de este boletín se rige por una estructura de **cabecera, cuerpo y pie**. Aunque ambas paginas presentan la misma estructura no comparten el mismo diseño.

Atendiendo a la clasificación de contrastes compositivos de Donis Dondis, podemos identificar en la primera hoja una composición **asimétrica e irregular** con un esquema horizontal de contenido textual y gráfico en la parte superior y tres columnas verticales con texto en la parte inferior. A diferencia de la primera hoja, la segunda es **simétrica y equilibrada** con un peso equivalente en toda su estructura. Por ejemplo, a partir de la tercera fila se aprecia una división de tres columnas en las cuales se distribuye texto y gráfico intercambiándose el orden entre ellas. A su vez, podemos trazar un eje en toda la hoja y ver como los componentes se distribuyen de forma idéntica aunque puede haber pequeñas variaciones.

La **transparencia** protagoniza la mayor parte del diseño en el que se aprecia un detalle visual a través del cual se puede ver lo que hay detrás.

Por último, se muestran mutaciones sobre algunos elementos dominantes en toda la maquetación. Esta **variación** es importante en la definición de la identidad gráfica de la empresa.

CONTRASTE DE COLOR

El boletín presenta cuatro colores principales. El blanco aporta neutralidad y claridad al texto y en menor medida al relleno. Supone un escape a la saturación del **contraste de tonos contiguos** que aportan los dos siguientes colores principales: el burdeos y el rosa.

El burdeos lo he tomado de la letra del logotipo corporativo y es el color representativo que encabeza la jerarquía informativa en el texto.

El rosa cuya referencia he tomado de una de las caras del gráfico "B" del logotipo corporativo, ejerce un papel de contrapunto y de contraste con el blanco en el fondo y en los rellenos.

Por último, el negro interviene en los textos dando lugar a un **contraste fuerte de luminosidad** junto con un **contraste de saturación** con los colores anteriores.

La combinación entre el burdeos y rosa con colores desaturados o neutros como el negro y blanco corresponde a lo que Itten llama contraste de cualidad.

PALETA CROMÁTICA:

R: 2	R: 104	R: 213	R: 100
G: 2	G: 20	G: 96	G: 0
B: 3	B: 21	B: 102	B: 0

TIPOGRAFÍA

Las dos tipografías elegidas para el diseño del boletín son Bebas Neue y Merriweather. La primera la he utilizado para los títulos y nombre de la empresa debido a sus formas elegantes, una combinación de sencillez técnica y calidez simple que da muy buen resultado para su lectura en pantalla, la impresión y el comercio. La segunda la he empleado para el contenido y cuerpo de cada apartado. Su elección se ha producido teniendo en cuenta la claridad y legibilidad de la letra en tamaños de fuente pequeñas con sus formas de letra ligeramente condensadas y abiertas, atributos que la convierten en un tipo de letra ideal para usar en línea (on screen) como para impresión.

Bebas Neue

Identificación VOX-ATypl: Modernas lineales
Diseñador: Ryoichi Tsunekawa (Dharma Type)
Licencia: SIL Open Font License, Version 1.1.

Muestra:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Fundicion tipografica: <https://bebasneue.com/>

Merriweather

Identificación VOX-ATypl:
Diseñador: Sorkin Type (Sorkin Type Co.)
Licencia: SIL Open Font License, Version 1.1.
Muestra:

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Fundicion tipografica: <https://fonts.google.com/specimen/Merriweather>

RELACIÓN DE IMÁGENES

Las imágenes utilizadas para el inicio del boletín son una panorámica horizontal de la ciudad de Barcelona y una vertical del Templo del Sagrado Corazón de Jesús. He optado por estas dos imágenes por su gran valor descriptivo que a su vez, se ven acompañadas por el logotipo corporativo y un logotipo gráfico circular con la Sagrada Familia en la cabecera. En su conjunto describen la localización e intencionalidad del documento.

El vector “bcn_skyline” fue utilizado como elemento decorativo para el pie de ambas paginas y para la creación del logotipo circular con la Sagrada Familia. Como he mencionado anteriormente, pretendía crear un “sello” que uniese de manera gráfica la empresa a la ciudad.

Las siguientes imágenes elegidas para la segunda pagina tienen como objetivo complementar de manera gráfica la oferta de cada excursión. Asimismo, la imagen del Arco del Triunfo representa una perspectiva claramente veraniega, época en la que se ofertan las excursiones.

Las últimas cuatro imágenes fueron empleadas para crear una transparencia y así, dar dinamismo y textura al texto.



Alberich, J., Corral, A., Ferrer Franquesa, A., Gómez Fontanills, D., & Sánchez Vila, À. (2016). *Diseño Gráfico*. Barcelona: UOC Publishing, SL.

Morera Vidal, F., & Sánchez Vila, À. (2014). *InDesign CS6: guía de maquetación*. Barcelona: UOC.

Azparren Arteaga, A. (2011). *Illustrator CS5: guía de maquetación*. Barcelona: UOC.

Tsunekawa, R., & Type, D. (s.f.). *Bebas Neue Pro*. Obtenido de <https://bebasneue.com/>

Merriweather. (s.f.). Obtenido de Google Fonts: <https://fonts.google.com/specimen/Merriweather>

Vox-ATypI classification. (27 de Noviembre de 2018). Obtenido de Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Vox-ATypI_classification