

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO  
Facultad de Artes y Diseño

**Diseño Gráfico Final**

**Alumno**

Romina Paola Abel Delgado

**Proyecto**

Rediseño de la revista Just BY

**Fecha de examen**

# PROYECTO Rediseño revista Just BY

---

REVISTA JUST  
**BY**

- PROBLEMA** No existe una diferenciación clara entre partes fijas y secciones dentro de la revista.
- COMITENTE** Revista Just BY es un medio gráfico barrial que desde el año 2012 se distribuye de forma gratuita en el Barrio Bombal. Es de interés general y está sustentado con publicidad.
- OBJETIVOS** Otorgarle a la revista una identidad y unidad gráfica propia; ya que no existe una diferenciación clara entre partes fijas y secciones dentro de la misma. Además se va a buscar darle representación al público diverso al que llegará.
- PÚBLICO** Hombres y mujeres con intereses varios

**Perfil demográfico** hombres y mujeres entre 20 y 50 años, residentes de la zona de distribución de la revista

**Perfil psicográfico** nivel educativo medio-alto, con interés en lo local y en producciones propias, consumidores de productos de pertenencia, con vida social activa desarrollada fundamentalmente en bares, restaurantes, boliches, lugares donde se consuman productos de alta calidad. Salidas diurnas sobre todo a locales gastronómicos y nocturnas fundamentalmente.

**CONDICIONES CONTEXTUALES**

**Contexto cultural** Jóvenes y adultos que se desenvuelven en una sociedad de nivel medio, medio-alto cuyo gusto conlleva a un interés por esta pieza gráfica y a su preferencia sobre otras.

**Contexto perceptual** la toma de contacto con la pieza gráfica se realiza principalmente en los comercios que hacen publicidad en la revista y de esa forma el lector la lleva al hogar donde toma contacto toda la familia.

A partir del contexto cultural y perceptual se busca llamar la atención del público y de esa manera se penetra en los hogares para llegar a toda la familia.

**CONFORMACIÓN DEL SISTEMA**

Componentes	Contenidos	Funciones
<b>Editorial</b>	rediseño de la revista e incorporación de una nueva sección	identificar

A partir del análisis de los antecedentes y tendencias investigados encontramos las siguientes características.

### **RECURSOS SINTÁCTICOS**

A nivel nacional hay una marcada utilización de tipografías palo seco utilizados como imagen en cuerpos grandes. A nivel internacional también encontramos un predominio en la utilización de tipografías sans serif.

En Argentina hay horror vacui en las páginas, bombardeando con imágenes a todo color e importante presencia tipográfica.

A nivel internacional encontramos una alta presencia de blancos en la páginas los cuales comunican y dan aire a la composición. También mediante ese recurso se destacan las imágenes.

En las creaciones nacionales nos encontramos con una paleta de colores llamativa y con tonos fuertes. En las internacionales prima la tipografía negra y las imágenes a color o a dos colores. Paletas acotadas.

### **RECURSOS SEMÁNTICOS**

A nivel nacional encontramos informalismos, aparente desestructuración de las composiciones debido a que no se ve claramente una organización según grilla constructiva.

A nivel internacional existe una marcada estructura guiada por el blanco que da un aire de solemnidad y organización propio de las grillas constructivas. El tratamiento tan cuidado de las imágenes da una idea de profesionalismo a todo nivel.





Para este proyecto se tendrán en cuenta una serie de requisitos que son de suma importancia para la etapa proyectual:

La revista no presenta un estilo gráfico distintivo por lo que se apunta a encontrarlo de manera que se decline de número a número pudiendo identificarla y distinguirla respecto de otros medios locales.

Se buscará mostrar una organización clara de la página mediante el uso de blancos y una paleta definida. Según el sector del que se trate se priorizará la limpieza visual o el impacto.

Los recursos principales serán las imágenes y la tipografía.

Destinar un espacio definido para publicitas, publicidades gráficas y notas express. Teniendo en cuenta la diferencia entre esas formas de publicitar.

**ALTERNATIVAS DE ESTRATEGIA**

Durante la etapa de anteproyecto se generaron algunas estrategias presentando criterios gráficos diferentes. A partir de esta búsqueda se realizó una evaluación de las potenciales ventajas y desventajas de cada una y el criterio utilizado.

El resultado fue una estrategia totalmente nueva y diferente de lo que se venía planteando ya que las propuestas presentaban algunos criterios gráficos interesantes pero ausentes de una estrategia comunicativa.



**ESTRATEGIA UNO** Se busca generar una comunicación directa mediante la imagen. De esta manera el texto ancla a la imagen dando una breve explicación de una de las notas destacadas del número.

[www.revistaby.com.ar](http://www.revistaby.com.ar) Gastronomía | Belleza y salud | Diseño y Moda | Espacio Cultural | Sociales | Juegos



ESPECIAL *ESPACIO CULTURAL*

## ALE ROS EN MENDOZA

Una imperdible exposición del talentoso diseñador gráfico *ALEJANDRO ROS* que se podrá disfrutar durante todo el mes de julio en el "Espacio Cultural Julio Le Parc"



**POSITIVO** Limpieza visual por el gran predominio de blanco, información sintética

**NEGATIVO** Ausencia de impacto y novedad de la propuesta.

**ESTRATEGIA DOS** Teniendo en cuenta la continuidad y el localismo de la revista se busca generar interés por la aparición de los nuevos números mediante tapas coleccionables intervenidas por artistas locales.



**POSITIVO** Imágenes de alta calidad y con personalidad auténtica, criterio de continuidad y coleccionabilidad para atrapar a los lectores.

**NEGATIVO** Toma demasiada importancia el que intervenga el número de manera que la presentación de la revista depende en gran medida de él. Tiene pocas posibilidades de crecimiento como sistema.

**ESTRATEGIA TRES** Utilizando el concepto de perspectiva múltiple se busca llegar a la gran diversidad de públicos dentro de la revista. Es una forma de mostrar los diferentes ángulos de visión del mundo circundante que va a variar según el lector.



**POSITIVO** Recurso gráfico novedoso, identidad clara y definida, importante presencia de la imagen y la tipografía.

**NEGATIVO** No se ven claramente las posibilidades de declinación del sistema a partir de los elementos gráficos utilizados.

## **PLANTEO DE ESTRATEGIA**

Las ciudades en cualquier lugar del mundo tienen un funcionamiento similar. Todo sucede alrededor de una avenida, calle principal, una intersección, un parque o una plaza. El barrio Bombal responde a esta lógica encontrándose delimitado por cuatro calles importantes.

En la revista se va a buscar imitar el funcionamiento de las calles.

En el índice es donde se va a mostrar gráficamente este juego de forma más clara; sobre todo en lo referido a la interacción de las partes entre sí y con el todo.

**ESTRATEGIA FINAL** Se trata de un sistema combinado en el que se encuentra presente un concepto que va haciendo que los elementos formales se relacionen de manera que la revista tenga el funcionamiento de una ciudad.

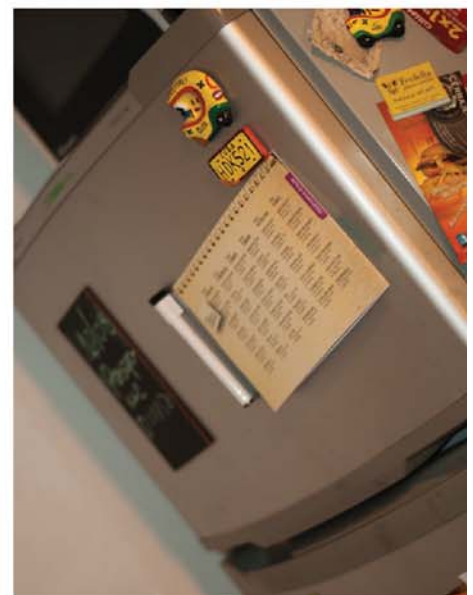
Los componentes del sistema interactúan entre sí como si fueran partes componentes de una ciudad con sus calles, sus locales comerciales, sus lugares de diversión y esparcimiento, sus colores, su ruido, sus luces diurnas y nocturnas.

### TEXTURAS



### ELEMENTOS BARRIALES Y CALLEJEROS





Crear página

Anuncios 191

Vuelos a Madrid  
7  
despegar.com.ar

Vuelos hasta 12 cuotas sin interés! Aprovechá esta Oportunidad! Reservá Online!

Swift

Hace clic en Me Gusta y se pare de nuestra comunidad.

Me gusta - A 12 217 personas les gusta esta página

Revista Just BY

A 446 personas les gusta esta página - 3 personas están hablando de esto

Te gusta Siguiendo Mensaje

446

Información Sugerir una edición

Fotos Me gusta

La tapa está compuesta por un elemento central representativo del tema principal del número.

En la esquina superior derecha se presenta el nombre de la sección a la cual corresponde la nota de tapa. La sección se identifica por su nombre y por su referencia cromática dentro del sistema.

La marca siempre se halla presente en el mismo lugar de manera que sea más fácil la identificación del producto, no sólo por su nombre sino también por su presencia en el mismo lugar a lo largo de los números.



**SECCIONES** Cuando dos calles se cruzan se produce una esquina, en ella encontramos semáforos, tapas de cloaca, cordones redondeados, senda peatonal, etc

**fundamentación >** Los titulares están inscriptos en bandas de color para distinguir cada sección y además se utilizan señales de tránsito para indicar la interacción entre las secciones.

Las imágenes se presentan en mayor cantidad e importancia que el texto. Son en su mayoría fotografías artísticas o ilustraciones hechas para la ocasión. Van al corte y según la grilla que sirve de referencia, no como limitante al diseño.

Para resaltar la pertenencia de la misma a la sección se recurrió al recurso del duotono conservando solamente el color original de la imagen que ilustra explícitamente el tema del que trata la nota.





4

**CHOCLO**  
LOS BENEFICIOS DEL

El choclo es rico en minerales, vitaminas, proteínas, hidratos de carbono, azúcares, almidón y fibras, es un alimento muy completo y nutritivo, aportando a nuestro organismo energía. Además cumple una excelente función como laxante, diurético y ayuda a adelgazar, todos estos beneficios que aporta son de forma natural.

Aporta a nuestro organismo hierro, magnesio, potasio, fósforo, es rico en proteínas y contiene gran cantidad de vitaminas que son esenciales para nuestra salud como: B-87 o (Biotina), B1 (Tiamina), aportando también ácido fólico, que es muy importante entre otras cosas para la formación de los huesos, por esa razón es de suma importancia para las mujeres embarazadas y los bebés para que sus huesos sean fuertes y evitar problemas de columna.

**EXPRESS**



Restaurante de Casa del Visitante  
261.4410000  
La plaza es espectacular y muy a gusto: tiene  
En él se pueden disfrutar los platos de  
menú: Rostipol y Desaguantado. El  
primeros con mucha información: platos  
tradicionales con queso y molles  
seguido en un mundo de platos.



5

**PARA HACER EN CASA**  
**HUMITA**

**INGREDIENTES**

- 18 Choclos
- 3 cucharadas de manteca
- 2 cucharadas de aceite
- 3 cucharadas de cebolla picada fina
- 3 tomates pelados, sin semillas y picados
- 1 vaso de leche
- 2 ají morrón rojo
- 1 cucharada de pimentón
- 4 cucharadas de queso
- 1 cucharadita de azúcar

**PREPARACIÓN**

Rallar los choclos  
Poner el aceite y la manteca en una sartén, rehogar la cebolla junto con el ají hasta que la cebolla quede transparente  
Agregar los tomates, pimentón, sal y pimienta  
Cocinar durante 10 minutos  
Agregar el choclo, la leche, el queso  
Servir bien caliente en vasijas de barro o cerámica así de esa manera conservan mejor el sabor y la temperatura.

17



Saba, el top



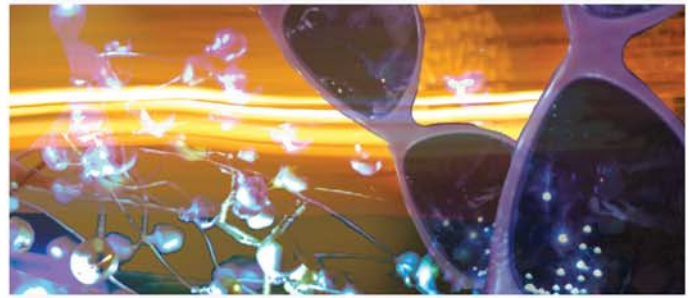
Messi, Messi



Almorzando en la lluvia



Primo, Gaby, Joke



Almuerzo de fiesta



Franco, Matías y Nestor



Seda, la reina de la fiesta



Primo, Matías y Marco

16



10

VIVIR EN PAREJA  
**CLAVES PARA CONVIVIR**

No existe ninguna fórmula ni teoría universal respecto a las uniones duraderas. Pero sí existen ciertas claves que toda pareja que quiera perdurar debería respetar. ¿Vos las cumplís?

- 1 Comunicación: el ingrediente estrella
- 2 Escuchar: la otra cara de la moneda
- 3 Ser comprensivos: ponerse en su lugar
- 4 Tolerancia: libertad bien entendida
- 5 Desarrollo personal, no fusional
- 6 Tener vida social
- 7 Confianza: evita el desamor
- 8 Afecto: después de la pasión
- 9 Sexo: la sal de la relación
- 10 Amor: saber dar y recibir



Pueblo del Río

Compartidas GPS: 57 grados 54 min, 165  
Distancia: 4 minutos y 14 segundos. Ubicación:  
del Río, Calchahuá en Formosa. Desde sus  
laderas, el objetivo de esta lugar surge en  
el valle de Formosa. Ha sido lugar de su  
antigua una experiencia inolvidable. Cal  
de agua y el Cerezo de un gran belleza.

EXPRESS  
ZONA TURISTICA



BELLEZA NATURAL  
**MASCARAS FACIALES**

Las Mascarillas a base de frutas y vegetales son maravillosas para tu piel. Los ingredientes se encuentran en tu cocina, con pocos minutos y sin esfuerzo puedes nutrir y embellecer tu piel.

Una cucharada de yogurt natural  
12 gotas de limón  
Y después.....

Unes todos los ingredientes hasta lograr una pasta homogénea. Aplicas en el rostro durante 30 minutos y listo!





NUEVA TENDENCIA EN BODAS

# PHOTOBOOTH

**H**oy queremos compartir con vosotras las ideas que hemos recopilado para preparar el photo booth de vuestra boda. ¿Por qué nos gustan tanto? Además de quedar monísimos, son muy muy divertidos, y darán a tus invitados (y a vosotros mismos) muchísimo juego a la hora de immortalizar los mejores momentos en la barra libre de tu boda.

Cualquier rincón de la finca o el

restaurante donde celebréis el banquete, puede ser válido para preparar y veréis como con muy poco, podéis recrear un divertido, pero por que no, también elegante escenario.

Un escenario de fondo decorado con tiras de papel, cintas, marcos de fotos, pompones, guirnaldas o cualquier elemento decorativo basta para que tanto novios como invitados den rienda suelta a su creatividad y a su lado más gracioso.



“Una simple tela con un estampado colorido o un fondo floral, con una butaca antigua y ya tienes un photo booth”



## ALGUNOS CONSEJOS

- 1 Definir un rincón dentro de la fiesta que tenga fácil acceso así los invitados podrán entrar y salir en todo momento.
- 2 Buscar elementos, desde bigotes, antifaces, labios gigantes, narices falsas, pelucas de colores, plumas, lentes etc.
- 3 Otra opción son los marcos de cuadros suelos, pizarras para escribir diferentes mensajes o felicitaciones con tiza.
- 4 Para el fondo del photobooth, quedan sorprendentes las escenografías personalizadas en telas pintadas.
- 5 En cuanto a la cámara, podemos colocar una polaroid para que los invitados hagan sus fotos.



“Hoy los novios quieren ser más originales y sorprender a sus invitados con nuevas ideas”

**PARTES FIJAS** Se hará una relación entre las secciones fijas de la revista y sectores o negocios representativos del barrio. Se hará la relación utilizando los elementos característicos del barrio y las partes de la revista.

**fundamentación >** se recurrió al uso de texturas relacionadas al negocio o zona del barrio que representan.

También se utilizaron elementos característicos del barrio y distintivos del sector que representa la parte de la revista. Como por ejemplo carteles de plaza, toldos, bancos, cajones de verdura, etc.

El criterio utilizado para el tratamiento de las imágenes difiere de las secciones ya que acá se recurre al uso de una paleta más viva e impactante y no se utiliza el duotono.

**PARTES FIJAS | Índice** se busca recrear un mapa del barrio ofreciendo información del número. En esta se explicitan las relaciones que existen entre las secciones.

**fundamentación >** se utiliza la textura asfáltica para evidenciar el aspecto callejero de la revista. Cuando se tocan dos secciones se utilizan elementos característicos como las tapas de cloaca, semáforos, sendas peatonales también se evidencia con señales viales. Para los sectores fijos se asignan manzanas con esquinas redondeadas.



**PARTES FIJAS | Juegos** se utiliza el kiosco barrial tomando no sólo su aspecto sino también el de los productos que se adquieren.

**fundamentación >** El colorido de las golosinas, las vitrinas, las ventanas se utilizan para darle identidad a este sector. Tipografía display enmarcada en un cartel de kiosco y textura de madera colorida para continuar con el estilo que se les dá a los sectores. La ventana es el elemento distintivo del kiosco.





**PARTES FIJAS | Agenda** se utiliza como si fuera un anotador donde se puede guardar información importante y de relevancia para el vecino. Además este sector viene con un troquel para recortar y pegar en la heladera ya que cuenta con información útil de lugares para pasear, para comprar, para comer, para tomar, para festejar y servicios; del otro lado se presenta una guía de espectáculos.

**fundamentación >** Para el fondo se utiliza una textura de papel craft y anillos para evidenciar el concepto de anotador. También para que cuando el lector la recorte parezca como si hubiera arrancado una hoja de un cuaderno.

TELÉFONOS ÚTILES

<b>PARA PASEAR</b> LA BARRACA España 1286 # 4290745	<b>PARA COMPRAR</b> DIVINO PLACAR España 1205 # 4249021	<b>PARA COMER</b> MONTECATINI 9 de Julio 467 # 4290974	<b>PARA TOMAR</b> MARTIN SUR España 1286 # 4290745	<b>PARA FESTEJAR</b> MAQUILLAJE España 1205 # 4249021	<b>PARA TEMER</b> MECÁNICO España 1205 # 4249021
<b>PARA JULIO LE PARC</b> H. Yrigoyen 125 # 4295658	<b>PARA TROVA</b> H. Yrigoyen 125 # 4295658	<b>PARA DON VICENTE</b> H. Yrigoyen 125 # 4295658	<b>PARA COPETE</b> H. Yrigoyen 125 # 4295658	<b>PARA PH RUBIO</b> H. Yrigoyen 125 # 4295658	<b>PARA CARPINTERÍA</b> H. Yrigoyen 125 # 4295658
<b>PARA LA BARRACA</b> España 1286 # 4290745	<b>PARA MARALMA</b> España 1286 # 4290745	<b>PARA INTERZONA</b> España 1286 # 4290745	<b>PARA MARTIN SUR</b> España 1286 # 4290745	<b>PARA TITERES</b> España 1286 # 4290745	<b>PARA PINTOR MARIO</b> España 1286 # 4290745
<b>PARA IMAGINA</b> España 1205 # 4249021	<b>PARA DIVINO PLACAR</b> España 1205 # 4249021	<b>PARA CIELITO LINDO</b> España 1205 # 4249021	<b>PARA BAR UVAS</b> España 1205 # 4249021	<b>PARA MAQUILLAJE</b> España 1205 # 4249021	<b>PARA MECÁNICO</b> España 1205 # 4249021
<b>PARA ZOOLOGICO</b> 9 de Julio 875 # 4295781	<b>PARA HAY DISEÑO</b> 9 de Julio 875 # 4295781	<b>PARA PANCHE VILLA</b> 9 de Julio 875 # 4295781	<b>PARA PH</b> 9 de Julio 875 # 4295781	<b>PARA LUZ Y SONIDO</b> 9 de Julio 875 # 4295781	<b>PARA ELECTRICIDAD</b> 9 de Julio 875 # 4295781
<b>PARA MINI MOOG</b> 9 de Julio 467 # 4290974	<b>PARA PENTY</b> 9 de Julio 467 # 4290974	<b>PARA MONTECATINI</b> 9 de Julio 467 # 4290974	<b>PARA MAILHÓ</b> 9 de Julio 467 # 4290974	<b>PARA FLORES POPÍ</b> 9 de Julio 467 # 4290974	<b>PARA GAS HÉCTOR</b> 9 de Julio 467 # 4290974
<b>PARA INDIGNA</b> H. Yrigoyen 371 # 4237281	<b>PARA OBANO</b> H. Yrigoyen 371 # 4237281	<b>PARA LA VIA</b> H. Yrigoyen 371 # 4237281	<b>PARA INTERZONA</b> H. Yrigoyen 371 # 4237281	<b>PARA COTILLÓN MARY</b> H. Yrigoyen 371 # 4237281	<b>PARA JARDINERO</b> H. Yrigoyen 371 # 4237281

PARA CORTARY GUARDAR!

AGENDA CULTURAL

OCTUBRE

- 02|ALERTANGO**  
Teatro Independencia ● 22 hs
- 05|PETER JUPITER**  
Espacio Julio Le Parc ● 21 hs
- 11|TOZ**  
Espacio Julio Le Parc ● 23 hs
- 14|ONDA VAGA**  
Audit. Ángel Bustelo ● 21 hs
- 25|ESPERANDO LA CACHORRA**  
Espacio Julio Le Parc ● 21 hs
- 27|LUIS SALINAS**  
Nave Cultural ● 22 hs

NOVIEMBRE

- 03|SUPERAMIGOS**  
Nave Cultural ● 22 hs
- 03|PEDRO AZNAR**  
Audit. Ángel Bustelo ● 21 hs
- 07|TORO MECÁNICO**  
Teatro Plaza ● 23 hs
- 10|ABEL PINTOS**  
Audit. Ángel Bustelo ● 22 hs
- 17|PALOMA CANTORA**  
Nave Cultural ● 21 hs
- 26|FESTIVAL PANORAMA**  
Perlaigo Potrerillos ● 22 hs

DICIEMBRE

- 01|ARIEL BAZÁN**  
Espacio Julio Le Parc ● 22 hs
- 06|BABASONICOS**  
Espacio Julio Le Parc ● 22 hs
- 13|LOS TROVADORES**  
Teatro Independencia ● 21 hs
- 15|HONDURAS**  
Nave Cultural ● 21 hs
- 25|MI AMIGO INVENCIBLE**  
Espacio Julio Le Parc ● 23 hs
- 27|LOS MOSTROS**  
Nave Cultural ● 21 hs

DIRECTORIO

**Espacio Julio Le Parc** Míre 625 - Guaymallén # 4459034 / 35  
**Teatro Independencia** Chile 481 - Ciudad # 4234443 / 44  
**Nave Cultural** Av. España y Juan Agustín Maza - Ciudad # 4259049  
**Auditorio Ángel Bustelo** Feliter 611 - Ciudad # 4294034 / 4290764  
**Teatro Plaza** Colón 27 - Godoy Cruz # 4289034

EXPRESS

La Estrella Escarlata de Jaramas  
 Tel: 0229-4234-888  
 Es una institución dedicada a formar  
 a jóvenes talentos en el mundo del espectáculo  
 para trabajar en Occidente y  
 cumplir sus sueños.

**fundamentación >** Se utiliza el toldo característico de las verdulerías. Para el fondo se utiliza una textura de arpillera ya que es el material que se utiliza usualmente para envolsar verduras. También como elemento característico se toman los cajones de verdura para enmarcar los descuentos que serían el producto de este sector. El toldo, la arpillera, el pizarrón y los cajones son los elementos del sistema que son propios del sector con el que se relaciona el contenido.



12

**DÉSCUENTOS**  
DESDE **20%**

SEGUIRME EN FACEBOOK

PARA VER BASES Y CONDICIONES, INGRESA A [WWW.REVISTABY.COM.AR](http://WWW.REVISTABY.COM.AR)

ESCANEA ESTE CÓDIGO Y ENTERATE DE TODOS LOS DESCUENTOS QUE TENES!

13

**2 X 1**



**30%**



**20%**



**15%**



Promoción válida hasta el 31/05/2014, inclusive. No combinable con otras promociones. Su uso implica la aceptación de los términos y condiciones.

**EXPRESS**

MIRRO, cartón y botella  
facebook, Mirro, cartón  
Mirro es parte de un grupo de productos de alto estándar,  
de alta calidad y profesionalidad en sus servicios.  
Esta nueva integración surge como concepto retail, las ventajas  
ya son las mismas para el cliente por la combinación de  
productos... No te pierdas esta nueva colección que reúne  
los mejores productos de la línea.

**The Sportsman**  
[www.sportsman.com.ar](http://www.sportsman.com.ar)

**PARTES FIJAS | ECOespacio** se relaciona este sector con la plaza. Fundamentalmente el contenido y las temáticas que se tratan se relacionan con el medio ambiente y la naturaleza que es lo que la plaza representa en el barrio.

**fundamentación >** Se utiliza para señalar el sector un cartel de plaza para remitirse directamente a la locación. También la utilización de la textura de pasto remite a la naturaleza y por supuesto la temática.



## COMO RECICLAR BASURA

**SEPARAR EN TU PROPIA CASA** Para depositar la basura en los recipientes correspondientes, debes separar los residuos en tu propia casa. Coloca cuatro bolsas distintas para arrojar los desperdicios domésticos. Cada una de estas bolsas se deberá colocar luego en un contenedor de distinto color.

**DONDE COLOCAR CADA MATERIAL** Utiliza una de estas bolsas para colocar los envases de plástico (como los de detergentes o las propias bolsas), los metálicos (latas de cerveza, de atún, bandejas de aluminio) o los de tipo brik (como los de leche o sopas). Debes depositar esta bolsa en los contenedores amarillos que están en las calles.

**QUE HACER CON EL PAPEL** En otra de las bolsas deberás colocar los envases de cartón y el papel. Debes depositar estos residuos en el contenedor de color azul.



### EXPRESS

**Zoológico de Mandioca**  
 Situada en el Estadio Primavera y verano de julio a julio. Se debe llevar de 10:00 a 18:00. Muestras a partir de las 13:00. El precio de entrada es de 4 euros y se incluye el acceso a todas las zonas.  
 El zoológico está ubicado a los pies del Cerro de la Gloria donde puedes disfrutar por los parques del Parque Gral. San Martín.

**tipografía >** parejas tipográficas utilizando tipografías con serif y sans serif, para texto y como display.

Archer Pro - DIN Pro

**imágenes >** la selección de imágenes se hará con un criterio artístico de alto nivel donde se pueda apreciar la impronta del autor tanto si se trata de fotografía, collage o ilustración. La intervención de las imágenes de las secciones se hará teniendo en cuenta el duotono para toda la imagen, dejando solamente el color natural del elemento principal del que habla la nota.

**colores >** la paleta debe respetarse porque es una de las características principales para identificar cada sección.

**DIN PRO MEDIUM**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

DIN PRO LIGHT  
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 1234567890

**DIN PRO BOLD**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**



Archer Pro Book  
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 1234567890

**Archer Pro Bold**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

*Archer Pro Bold Italic*  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
*abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz*  
 1234567890

## PALETA CROMÁTICA

## MARCA

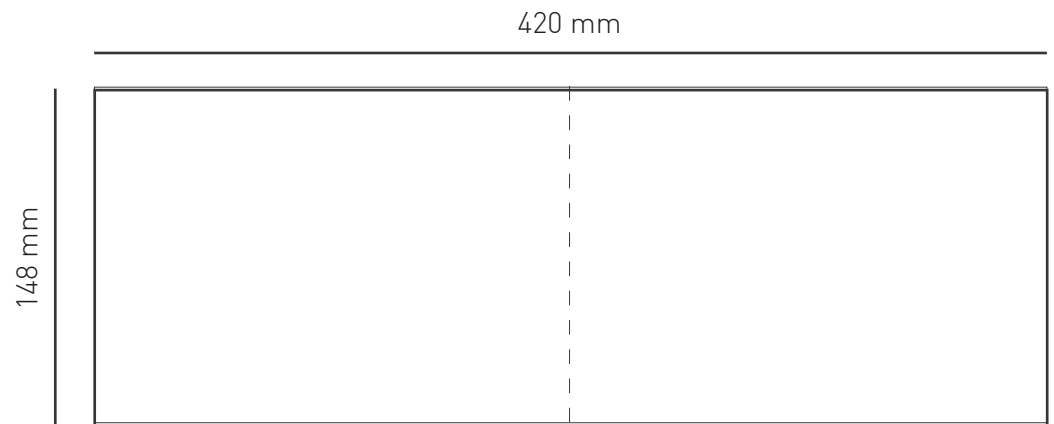
	Pantone 123 C	<b>C0M23Y91K0</b>	<b>R255G198B47</b>
	Pantone Black7C	<b>C66M63Y63K57</b>	<b>R57G53B51</b>

## SECCIONES

 Gastronomía	Pantone 109 C	<b>C1M16Y100K0</b>	<b>R254G209B3</b>
 Belleza	Pantone 299 C	<b>C74M21Y0K0</b>	<b>R22G160B219</b>
 Moda y tendencia	Pantone 2665 C	<b>C62M74Y0K0</b>	<b>R118G91B167</b>
 Sociales	Pantone 1495 C	<b>C0M53Y99K0</b>	<b>R247G142B32</b>
 Salud	Pantone 339 C	<b>C78M2Y62K0</b>	<b>R0G177B136</b>
 Espacio cultural	Pantone 696 C	<b>C32M81Y55K16</b>	<b>R155G72B86</b>



**DOBLE PÁGINA**



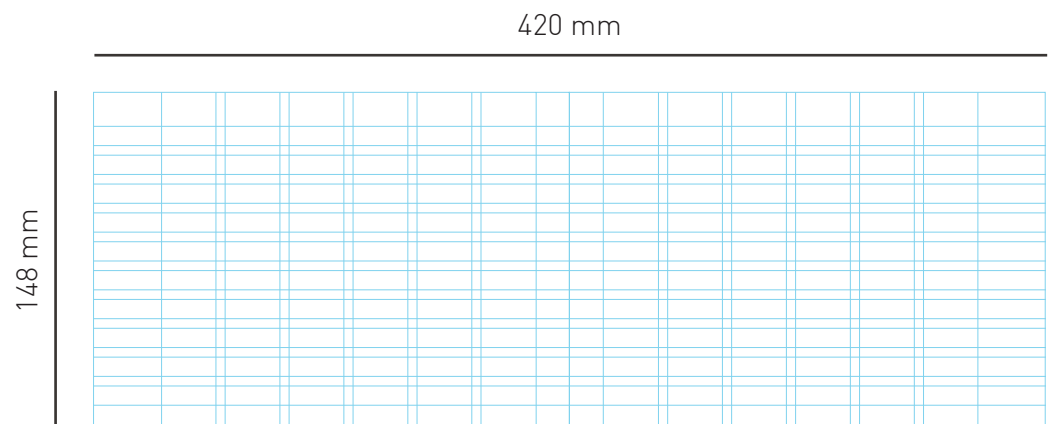
**GRILLA**

**GRILLA TIPOGRÁFICA**

Grilla ordena pero muestra una estructura dinámica no lineal.

Se construyó a partir de los cuerpos tipográficos de los textos principales y sus interlineados. 10/12

Para las imágenes se utiliza como referencia, para ordenar pero no para limitar el diseño a ella.



**TAPA**

Tipografía Archer Pro 14 pt

El nombre de la sección ilustrada en la tapa estará ubicado en la esquina superior derecha respetando el margen superior de la grilla y a llegando al corte.

**SECCIONES**

Títulos: DINPro medium 10pt | Archer Pro Semibold Italic 24 pt

Marginado bandera derecha

Tipografía color blanco

Texto :DINPro medium y light 10/12 pt

Marginado bandera derecha

color negro 70%

**NOTA DE TAPA**

Títulos: Archer Pro Book 14 pt | Archer Pro bold Italic 48 pt

Marginado bandera derecha

Tipografía color blanco

Texto: Capitular Archer Pro Book 48 pt

Cuerpo del texto Archer Pro Book 10/12 pt

Marginado bandera derecha

Tipografía color blanco

**PARTES FIJAS**

INDICE **Staff** Archer Pro Bold 12 pt | Archer Pro Book 9 pt | DIN Pro medium 9 pt **Secciones** Titulares DIN Pro medium 9 pt | DIN Pro Bold 12 pt. Para indicar la nota de tapa:Archer Pro Book 7 pt | Archer Pro Bold 18 pt. Los índices están indicados de la misma manera: DIN Pro Bold 12 pt. La tipografía siempre en blanco. Para nombrar las partes fijas Archer Pro Bold 9 pt.

JUEGOS Título del sector Archer Pro Bold 32 pt

TELÉFONOS ÚTILES Archer Pro Bold Italic 12 pt para nombrar el sector | Noteworthy Light 9 pt Noteworthy Bold 12 pt | Archer Pro Semibold 9 y 10 pt

AGENDA CULTURAL Archer Pro Bold Italic 12 pt para nombrar el sector | DIN 1451 Std Engschrift 32 pt | DIN Pro medium 14 pt | Archer Pro Book 12 pt

DESCUENTOS DIN Pro Bold 14 pt para nombrar el sector | DIN Pro Medium y Bold 9/11 pt para el pizarrón | Tiza Regular 14 pt para los descuentos contenidos en los cajones

ECOESPACIO Archer Pro Bold 24 pt | Archer Pro Light 12 pt para el nombre del sector | Archer Pro Book y Bold 24 pt para el título | DIN Pro Medium y Light 10 / 12 pt para el cuerpo del textox; alineación en bandera derecha

**IMÁGENES**

Tanto para la tapa, como para el interior las imágenes van al corte. En el caso de las secciones ocupan los márgenes laterales, más dos celdas.

## PUBLICIDADES

Existen tres tipos de publicidades: nota express, publinota y publicidad gráfica. El tamaño de la publicidad gráfica o nota express está determinado por la página y por la grilla. El mínimo son dos celdas por una de la grilla y el máximo la doble página. Tomando la grilla como referencia siempre se encontrarán en el margen inferior de la página.

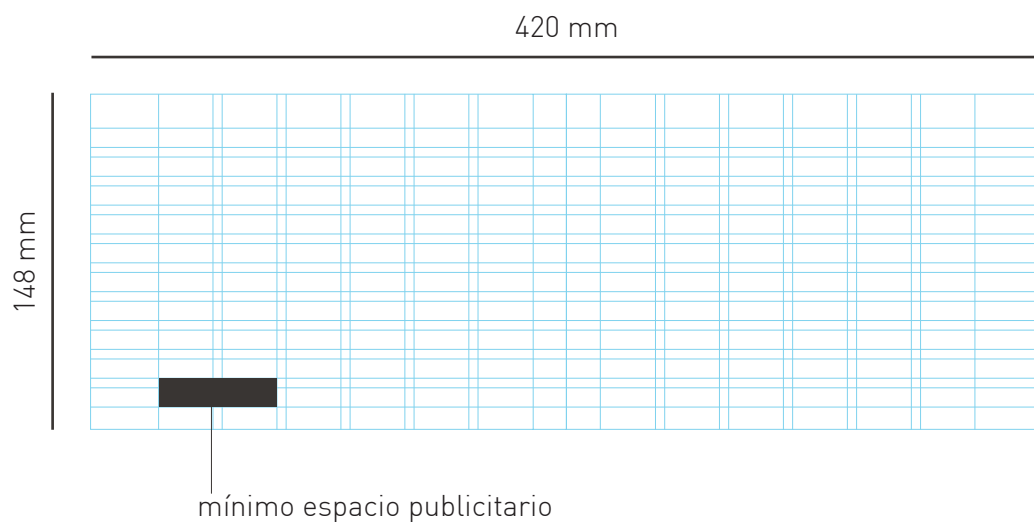
Para las notas express:

Marca nota express : Archer Pro Bold Italic 12 pt color amarillo institucional

Archer Pro Light 5 pt color blanco

Texto Centrado

Para el texto de la nota: Archer Pro Bold, Book y Book Italic 8 pt color negro 50%



**CONCRECIÓN Y PRODUCCIÓN  
DEL PROYECTO**

Para la impresión de la revista se utilizará el sistema offset ya que para este tipo de trabajos es el que otorga mejor calidad y mayor definición de las tipografías y de los colores. Además la cantidad de ejemplares hace que el costo se amortice.

**PRESUPUESTO DE PRODUCCION**

En Mendoza se realizan este tipo de trabajo, pero las mejores ofertas relación precio-calidad están en Buenos Aires.

Algunas opciones acá son Zeta editores, Inca, Artes Gráficas Unión.

En Buenos Aires presupuesté con GALT S.A. que trabaja con algunas revistas de Mendoza como Alta Gama, Multimodal, Bioanálisis, Guía Gourmet, Mendoza Deluxe, Sheraton para eventos, libro de Mendoza RS editores, Área tres, Hight, entre otros.

Para una tirada de 3000 ejemplares:

Tapa ilustración 300 grs

Interior ilustración 90 grs ..... \$ 14 624

***FIN***