

ATELIER ENTRE NIVELES
REVISTA DE ARQUITECTURA

Proyecto Producción

BARBÉ Axelle

Gráfica



Presentación del curso

Durante el curso de Producción Gráfica, exploramos los principios básicos del diseño a través de la composición, tipografía, color e imagen, además de introducirnos en los procesos de impresión y los diferentes soportes.

Ala par de estos contenidos, aplicamos lo aprendido desarrollando diversas piezas gráficas. Inicialmente, cada estudiante desarrolló un brief detallado para su propia marca personal, lo que sirvió de base para la creación de un logotipo, monograma, la selección de una paleta de colores coherente y trabajo de edición de recursos visuales. Posteriormente, llevamos estos elementos a la práctica mediante el diseño de piezas impresas de nuestra marca personal, tales como tarjetas de presentación, afiches y tazones corporativos.

Finalmente, el curso culminó con el desarrollo individual de un proyecto de diseño y diagramación de un manual de marca digital.

Esta metodología práctica nos familiarizó con el lenguaje visual del diseño aplicándolo en proyectos reales, lo que agudizó nuestra observación y sentido crítico.

Como resultado, cada uno logró aplicar los procesos aprendidos creando piezas gráficas registradas en este manual, demostrando manejo de software de diseño.

Este enfoque buscó una aproximación real al trabajo del diseñador, desarrollando el lenguaje y la visión propios de la disciplina.



Sobre lo aprendido

Unidad 1: Composición y Tipografía

La composición en diseño gráfico organiza elementos visuales como punto, línea, forma, color y textura dentro de un espacio determinado por el formato y la proporción. Aplicando principios como equilibrio, contraste, unidad y jerarquía, se busca una comunicación visual clara y efectiva. Herramientas como la simetría, el encuadre o la regla de los tercios fortalecen la narrativa visual, mientras que la relación fondo-figura y el uso de puntos de fuga permiten destacar lo esencial y generar profundidad. Como parte de un ejercicio práctico, se creó un monograma utilizando una tipografía, donde, más adelante se incorporó en la identidad visual de la marca.

Unidad 2: Color

El color cumple un rol clave en la identidad visual y la comunicación emocional. Existen dos sistemas de síntesis: RGB, usado en medios digitales, y CMYK, empleado en impresión.

La conversión precisa entre ambos garantiza fidelidad cromática.

El color también comunica simbólicamente, influenciado por factores culturales. Para lograr armonía visual, se consideran variables como tono, saturación y brillo, así como la aplicación coherente de paletas cromáticas en logos, piezas gráficas y productos.

En la actividad se exploró qué paletas de colores se ajustaban mejor a la identidad de marca y cómo los tonos seleccionados transmiten valores, emociones y aspectos del producto o servicio.

Unidad 3: Impresión

Los sistemas de impresión se dividen en dos grandes grupos:

- Colores planos, como xilografía, calcografía, litografía o serigrafía, destacan por sus acabados particulares y texturas.
- Impresión por puntos, como offset, digital o flexografía, permiten mayor definición y son ideales para producciones en color y alta resolución.

Cada sistema aporta una estética y técnica específica, y su elección depende del propósito gráfico.

El soporte influye directamente en el resultado visual y funcional de una pieza. Existen papeles de distintos gramajes y texturas, así como materiales alternativos como plásticos o cartón. Los acabados como troquelado, guillotinado, prepicado, barniz sectorizado, cuño seco, hot stamping o diversos tipos de encuadernación enriquecen la experiencia sensorial y aportan valor agregado al diseño gráfico.

Diseñamos e imprimimos una tarjeta de presentación para nuestra marca, eligiendo el papel y la técnica adecuados. Además, investigamos en grupo cómo se imprime sobre distintos materiales; mi grupo trabajó con plástico, lo que me ayudó a entender su fabricación y las técnicas de impresión más comunes.

Unidad 4: Imagen

Comprender la estructura de las imágenes digitales es esencial. Los mapas de bits están compuestos por píxeles y su calidad depende de la resolución y el tamaño.

Los formatos varían según su propósito:

- JPEG, PNG, GIF: adecuados para uso web y general.
- TIFF, BMP, RAW: recomendados para impresión profesional.
- PSD y PDF: formatos editables y óptimos para trabajo gráfico avanzado.

Seleccionar correctamente el formato y resolución asegura una reproducción óptima tanto en digital como en impresión. Se editó una imagen en Photoshop para crear un cartel publicitario, aplicando conceptos de color y composición en coherencia con la identidad gráfica de la marca.

Unidad 5: Proyecto

El manual de marca es un documento que establece las normas visuales y conceptuales de una marca.

Define elementos como el uso del logotipo, colores, tipografía, estilo visual y tono comunicacional. Su propósito es garantizar coherencia y reconocimiento en todos los medios donde se aplique la marca. Aporta profesionalismo, evita usos incorrectos y fortalece la identidad visual a lo largo del tiempo.

Aprendí que construir una identidad visual va más allá de lo estético: implica alinear todos los elementos (tipografía, colores, tono y estilo visual) para comunicar un mensaje coherente.

Desarrollar un manual de diseño me ayudó a trabajar de forma estructurada, justificar mis decisiones y entender cómo mantener la esencia de la marca en distintos contextos.



MANUAL DE MARCA

ENTRE
NIVELES

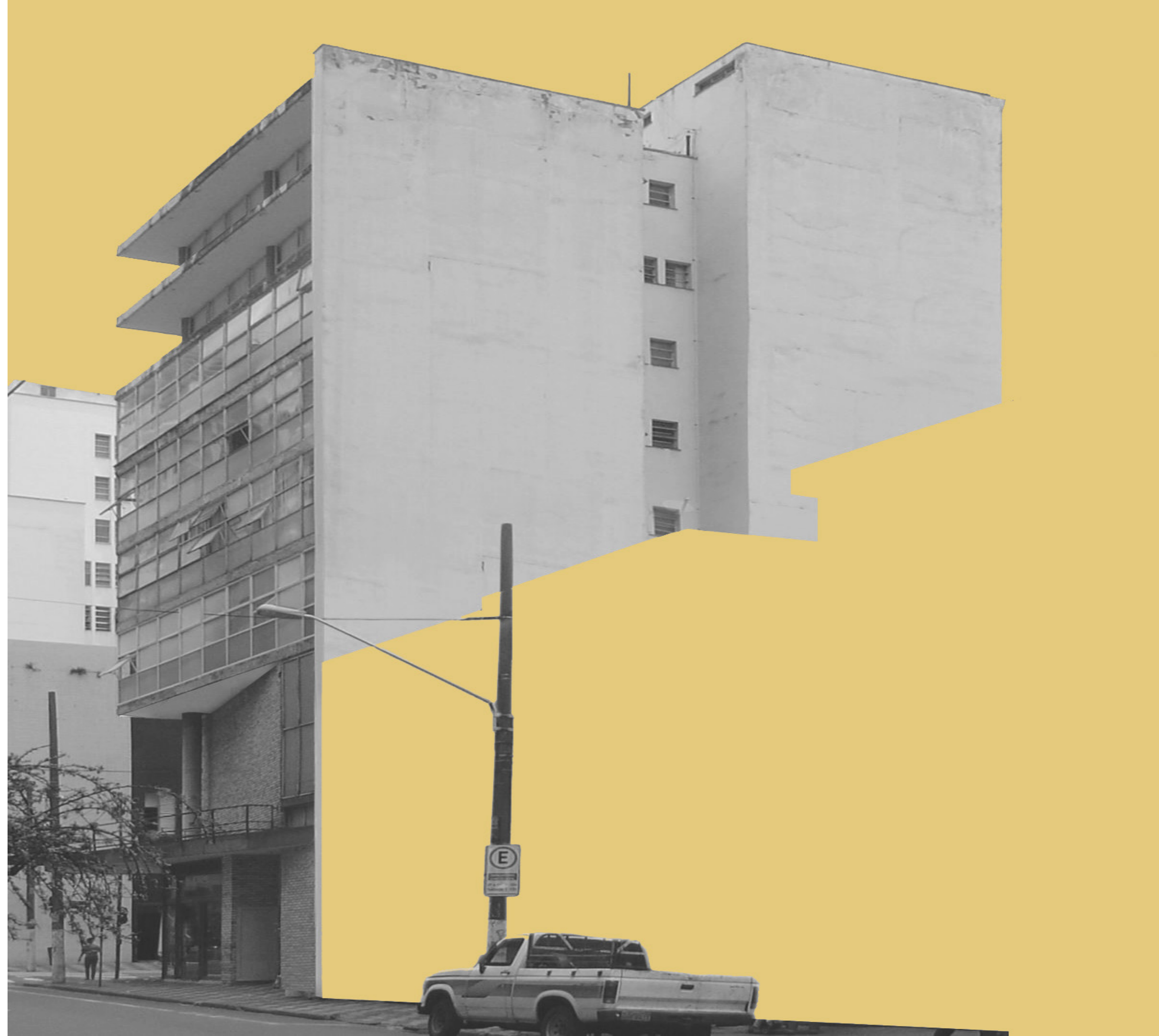
Introducción

Entre Niveles surge de una reflexión sobre la forma en que se vive, se observa y se narra la arquitectura. Más que una simple revista, este proyecto busca explorar las relaciones que existen entre los espacios, las personas y las diferentes escalas que componen nuestro entorno construido. A través de un enfoque editorial contemporáneo, Entre Niveles propone una mirada sensible sobre la arquitectura, poniendo de relieve lo que se construye entre las formas, los usos y las experiencias.

En un contexto donde la imagen ocupa un lugar central, esta identidad visual ha sido concebida para plasmar el rigor de la arquitectura, dejando al mismo tiempo espacio para la interpretación y la experimentación gráfica. Cada elección desde el logotipo hasta la paleta cromática, pasando por las tipografías y las composiciones editoriales contribuye a la construcción de un lenguaje coherente, capaz de transmitir los valores del proyecto: curiosidad, reflexión, transmisión y mirada crítica sobre el espacio.

Este manual de marca tiene como objetivo definir los principios fundamentales de la identidad visual de Entre Niveles y garantizar su aplicación coherente en todos los soportes de comunicación. Reúne los elementos gráficos que constituyen la marca, así como las reglas necesarias para su uso.

Más allá de su función práctica, este documento también da cuenta del proceso de investigación y diseño desarrollado en el marco de este proyecto de producción gráfica. Presenta una identidad visual concebida como una extensión de la mirada arquitectónica: estructurada, legible y capaz de crear sentido a través de las relaciones que se tejen entre los distintos niveles de lectura.



Logotipo

I. Presentación del Logotipo

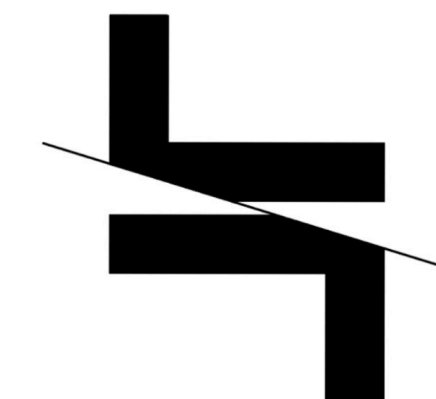
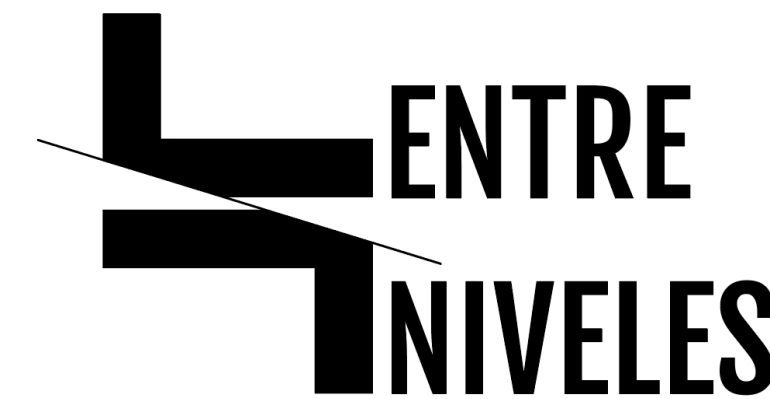
La construcción inicial se realizo a partir de la letra "E", carácter distintivo, donde, la idea principal es que este, por sí solo, haga referencia a la totalidad del nombre.

E = ENTRE
▲ — ▲ = NIVELES

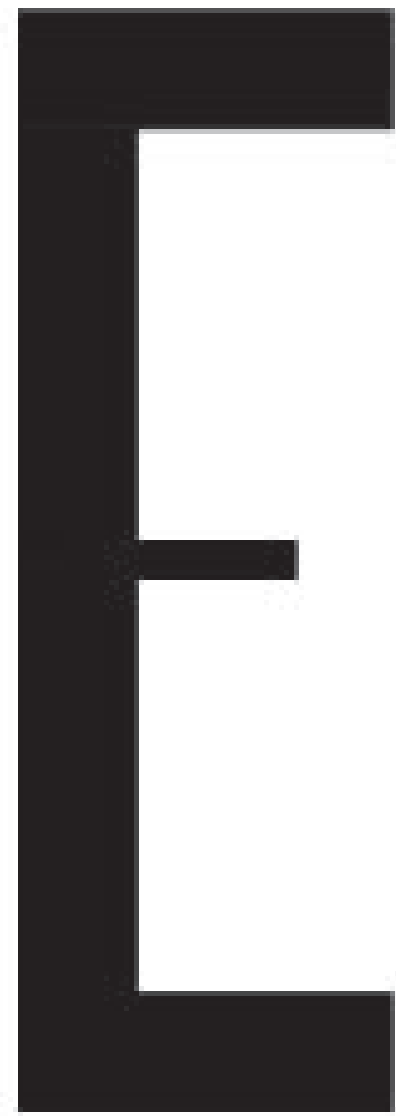
Se eligió la «E» como símbolo principal porque representa la inicial de «Entre Niveles» y permite crear una identidad gráfica sencilla y fácilmente reconocible.

Su forma geométrica se inscribe en los códigos de la arquitectura, donde las líneas, las proporciones y la estructura desempeñan un papel esencial.

Utilizada como logotipo, funciona como un elemento modular que puede adaptarse a diferentes soportes, conservando al mismo tiempo una identidad fuerte y coherente.



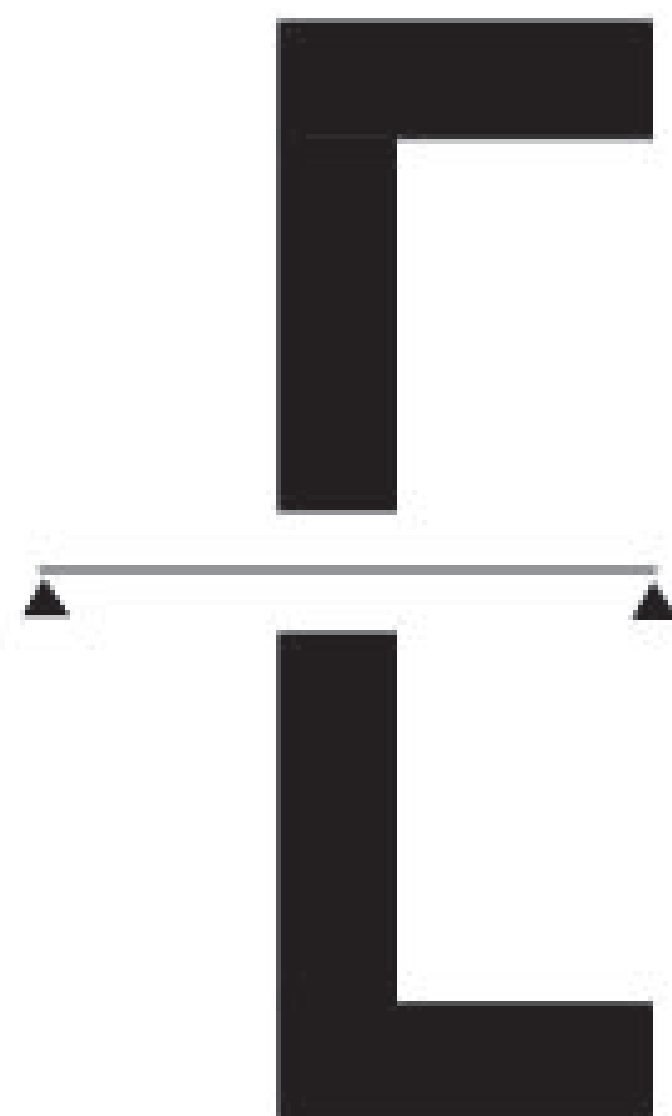
ATELIER ENTRE NIVELES
REVISTA DE ARQUITECTURA



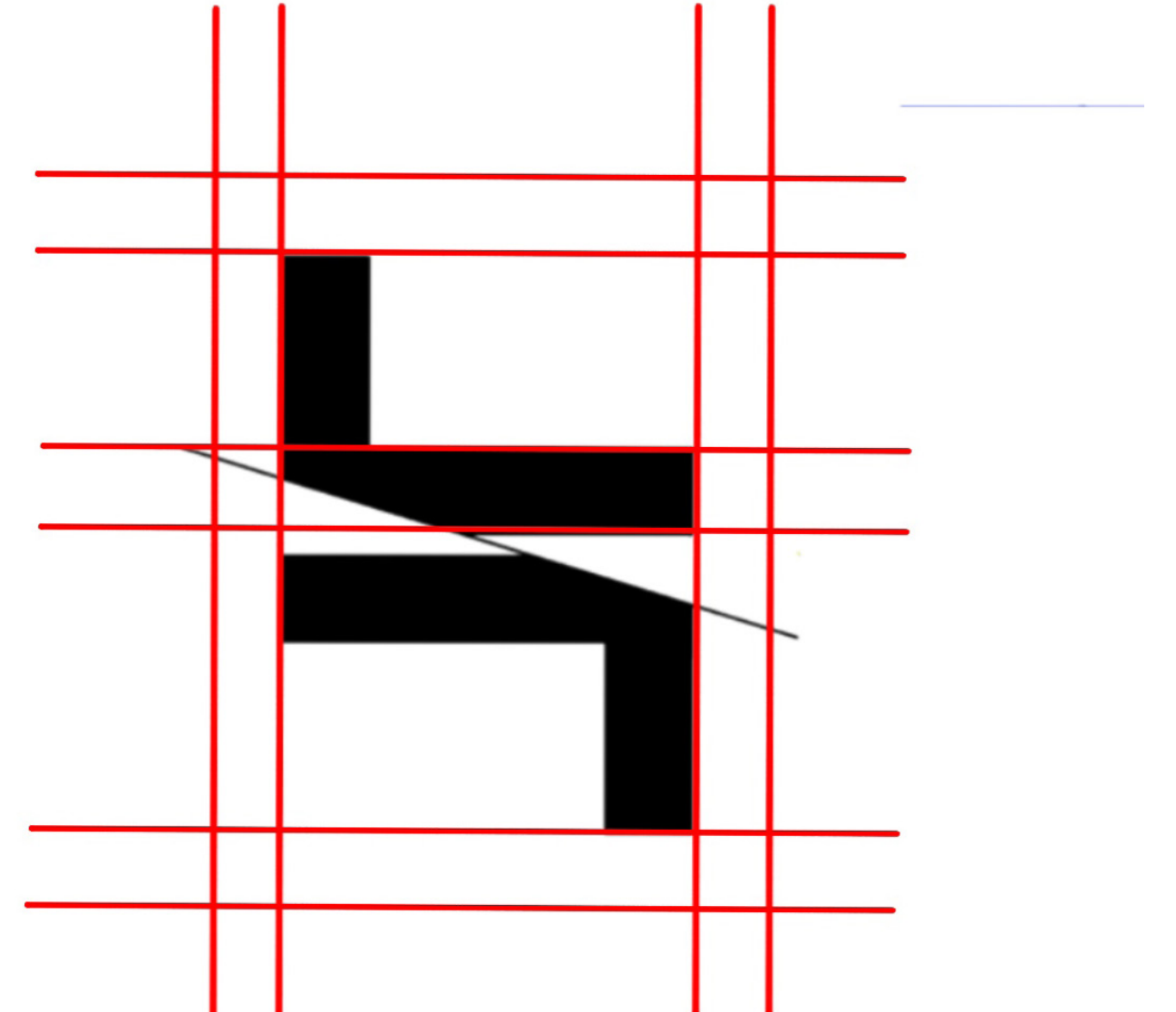
1



2



3



Logotipo

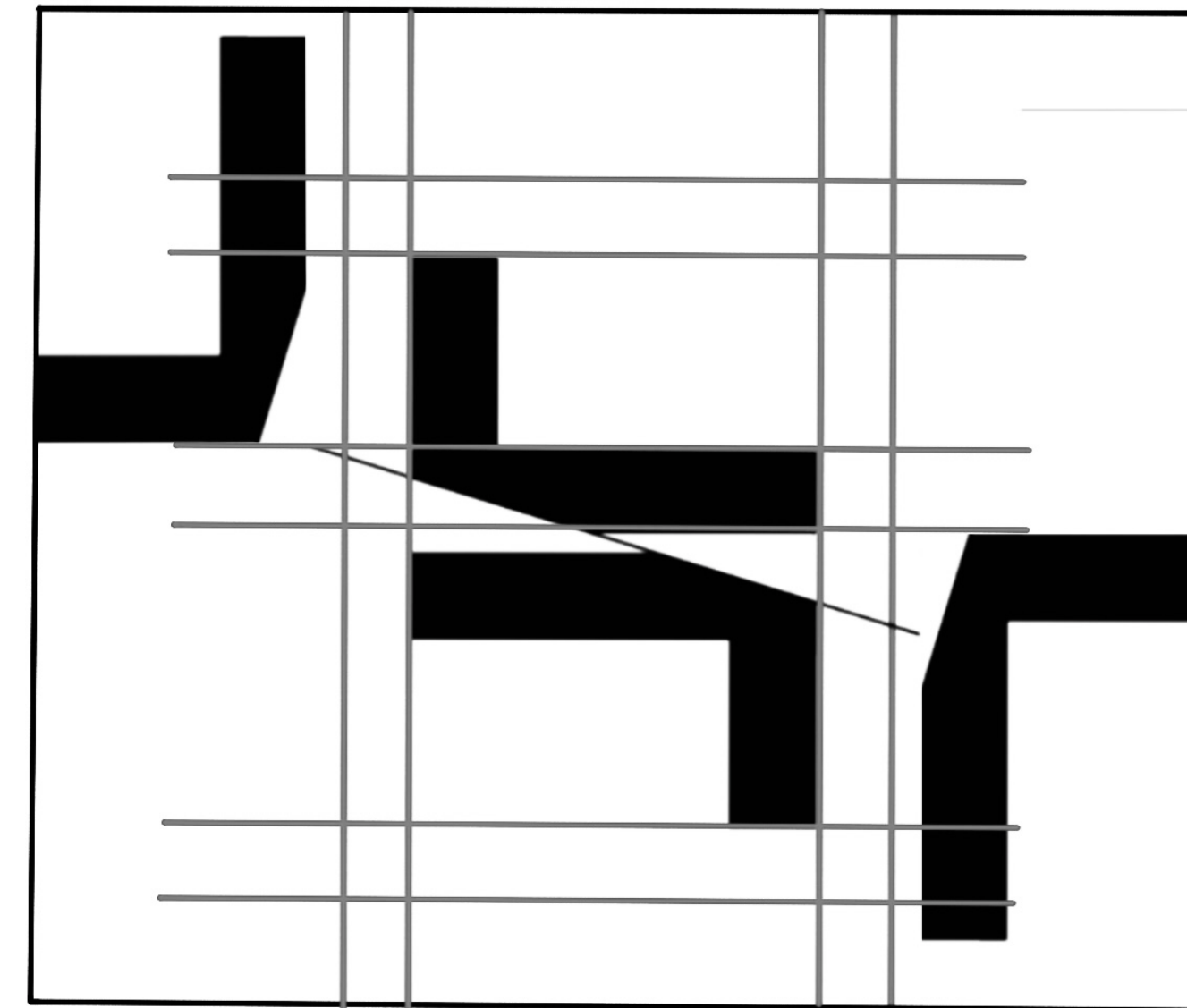
III. Área de Protección

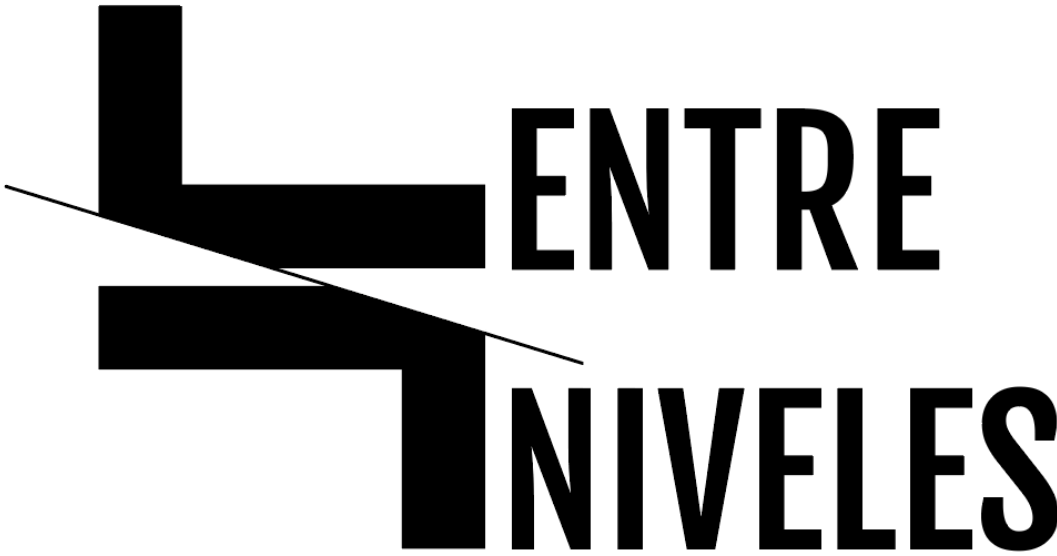
Se replicó una parte del logotipo en las esquinas superior e inferior de la composición, generando un marco visual implícito.

Esta repetición permite crear un perímetro virtual que guía la lectura y refuerza la presencia de la identidad gráfica sin necesidad de utilizar bordes físicos.

A través de este recurso, el observador puede completar mentalmente la forma y reconocer el logotipo mediante el espacio que se genera entre sus fragmentos.

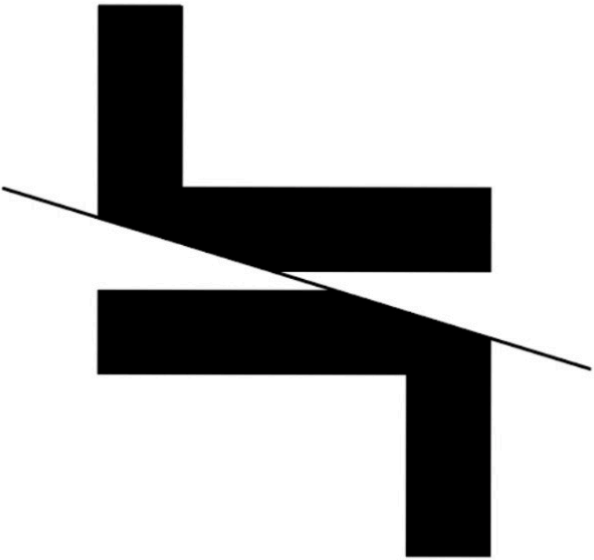
Además, esta estrategia aporta equilibrio a la composición, fortalece la jerarquía visual y contribuye a una lectura más dinámica y contemporánea de la pieza gráfica.





50 mm

189 px

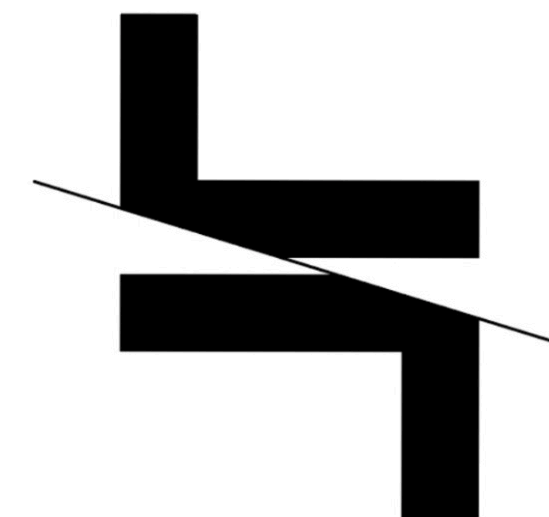
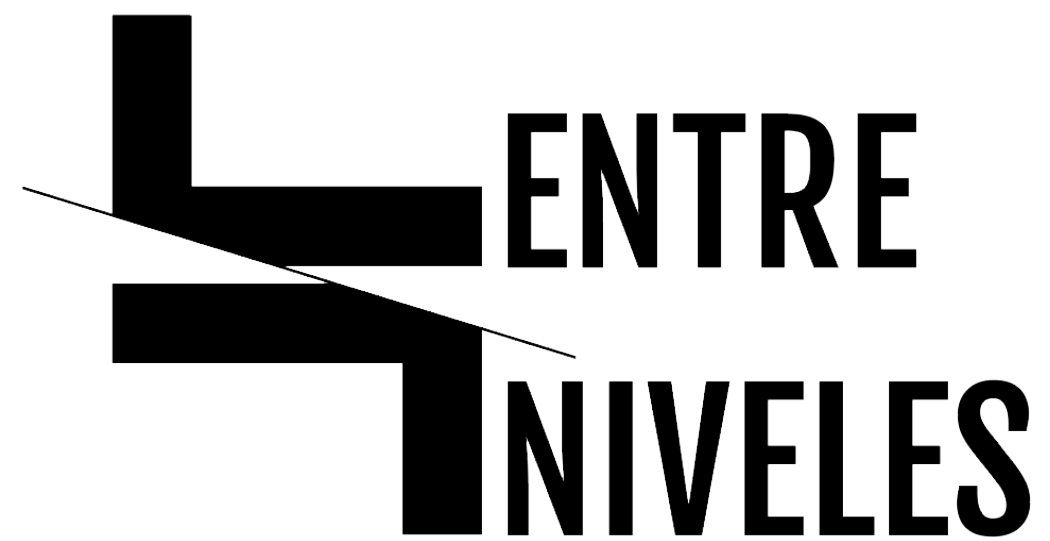
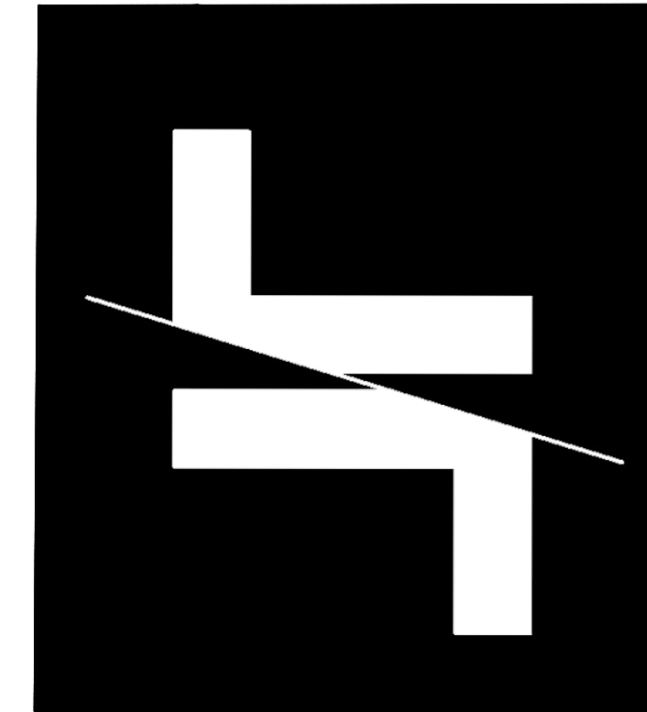


30 mm

113 px

Logotipo

V. Positivo y Negativo

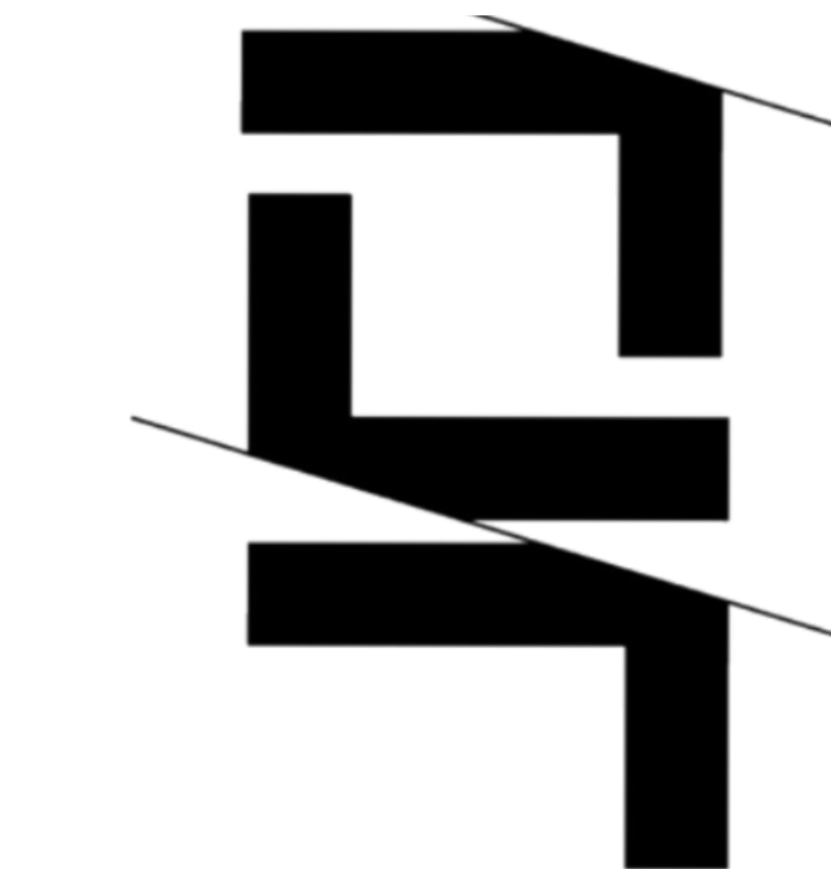


Logotipo

VI. Usos No Permitidos

EJEMPLOS DE USOS NO PERMITIDOS :

- No cambiar los colores oficiales de la marca.
- No utilizar degradados, sombras o efectos visuales sobre el logotipo.
- No deformar, estirar o comprimir el logotipo.
- No modificar las proporciones originales del símbolo.
- No rotar ni inclinar el logotipo.
- No cambiar la tipografía asociada a la identidad visual.
- No añadir elementos gráficos, iconos o formas ajenas al logotipo.
- No alterar la disposición de los elementos que componen la marca.
- No utilizar el logotipo sobre fondos que dificulten su lectura.
- No reducir el logotipo a un tamaño que comprometa su legibilidad.
- No aplicar transparencias excesivas al logotipo.
- No utilizar contornos, marcos o efectos decorativos no contemplados en la identidad visual.
- No sustituir el símbolo "E" por otras formas o versiones modificadas.
- No usar versiones no autorizadas del logotipo.



Admicion de formas



Cambio de colores



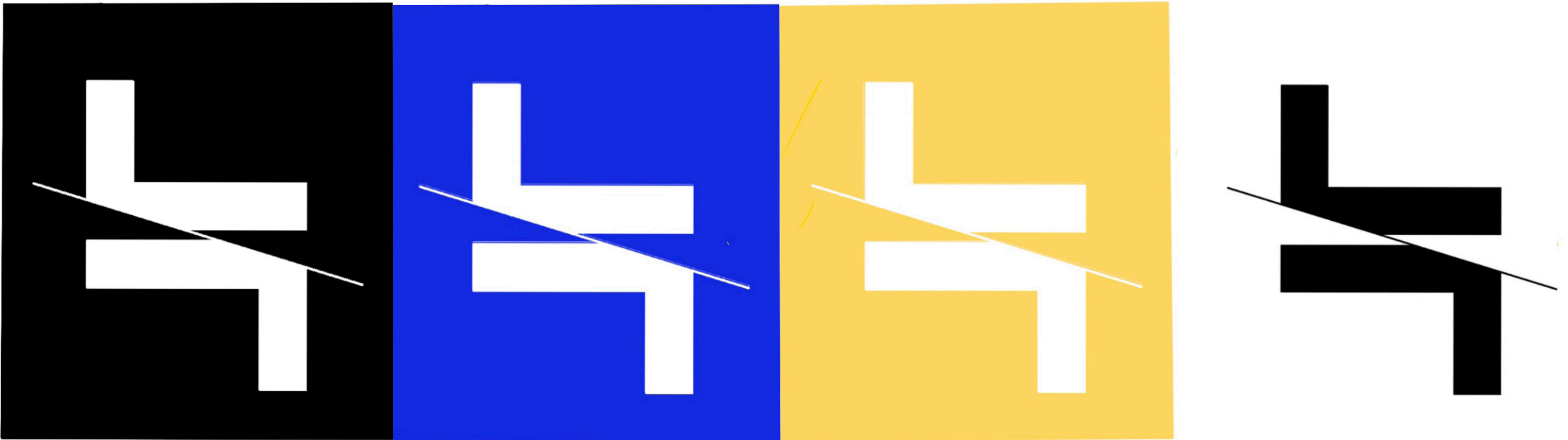
Colores no permitidas

Colores corporativos

Se consideró el **NEGRO** por su neutralidad y su capacidad para estructurar la página con una gran legibilidad, inscribiéndose en un estilo sobrio y clásico propio de la edición.

Se eligió el **AZUL** por su referencia directa a los códigos de la arquitectura y el dibujo técnico, evocando el plano, la precisión y cierta dimensión institucional.

El **AMARILLO**, finalmente elegido, se impone por su función de acento visual: permite jerarquizar la información, atraer inmediatamente la mirada e introducir una dimensión de señalización cercana al universo de la obra y del espacio urbano.

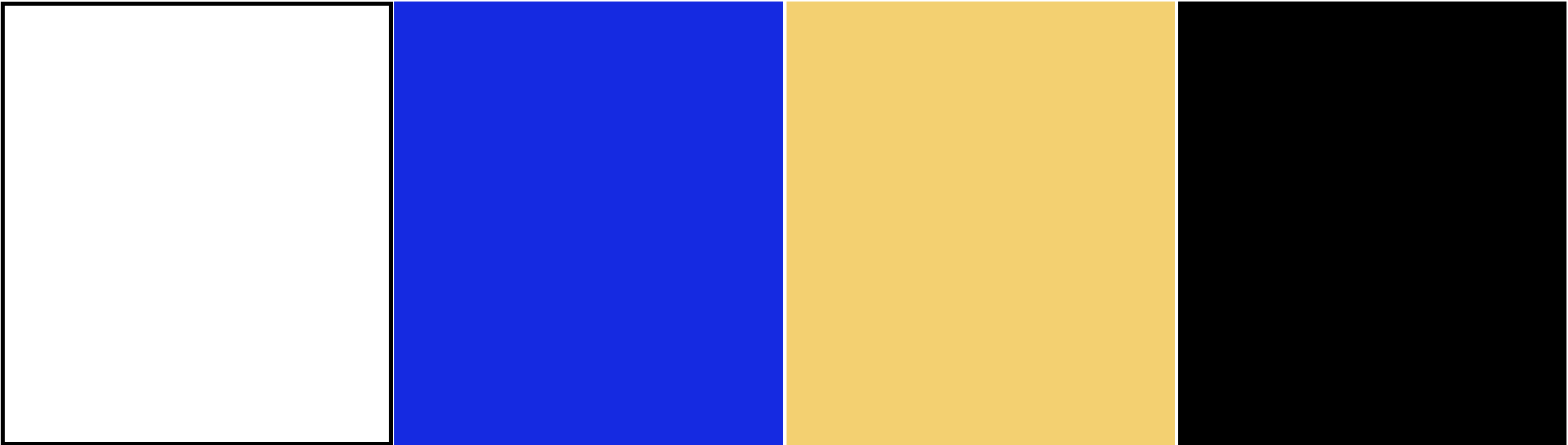


BLANCO: RGB: 237, 245, 233
CMYK (%): 4, 1, 6, 3

AZUL: RGB:31,45,217
CMYK (%): 86, 79, 0,5

AMARILLO: RGB: 248,217,120
CMYK (%): 0, 13, 52, 3

NEGRO: RGB: 23,17,18
CMYK (%) : 0,26,22,91



Tipografía

En el marco del diseño de esta revista de arquitectura, la elección de las tipografías se ha basado en un equilibrio entre rigor, legibilidad y una identidad visual sólida.

Se ha elegido Avenir Next Condensed por su estructura geométrica y su gran legibilidad, que evocan directamente los principios de la arquitectura contemporánea, al tiempo que permiten una gestión eficaz del espacio editorial gracias a su versión condensada.

Como complemento, Indivisible aporta una dimensión más expresiva y editorial, lo que permite crear contrastes visuales marcados, especialmente en los títulos, y afirmar una jerarquía clara.

Myanmar MN, más discreta, se utiliza para los textos corrientes debido a su neutralidad y a su capacidad para acompañar la lectura sin sobrecargar el diseño.

Por último, la tipografía Delgado, creada para un proyecto, puede desarrollar una identidad propia de la revista. Su diseño se inspira en lógicas arquitectónicas, con un trabajo sobre las líneas, las tensiones y el ritmo.

ENTRE NIVELES

1- Se eligió Avenir Next Condensed Bold, en primer lugar, por su gran legibilidad y su capacidad para estructurar claramente la información, al tiempo que optimiza el espacio gracias a su diseño condensado.

ENTRE NIVELES

2-Se elige la fuente Myanmar MN Bold como segunda opcion por su neutralidad y legibilidad, lo que permite garantizar un texto corriente claro y equilibrado en la maquetacion.

ATELIER ENTRE NIVELES

La elección final de la tipografía se decantó por ATELIER ENTRE NIVELES para el título, ya que el término «STUDIO (ATELIER)» remite a un espacio de diseño e investigación, en consonancia con una revista de arquitectura concebida como un lugar de producción y experimentación gráfica.

Este sistema tipográfico también permite jugar con las variaciones de densidad para introducir jerarquías sutiles; algunas partes pueden ser más ligeras o más condensadas, especialmente para integrar información secundaria como nombres, lugares o indicaciones editoriales, al tiempo que se conserva una fuerte unidad visual.

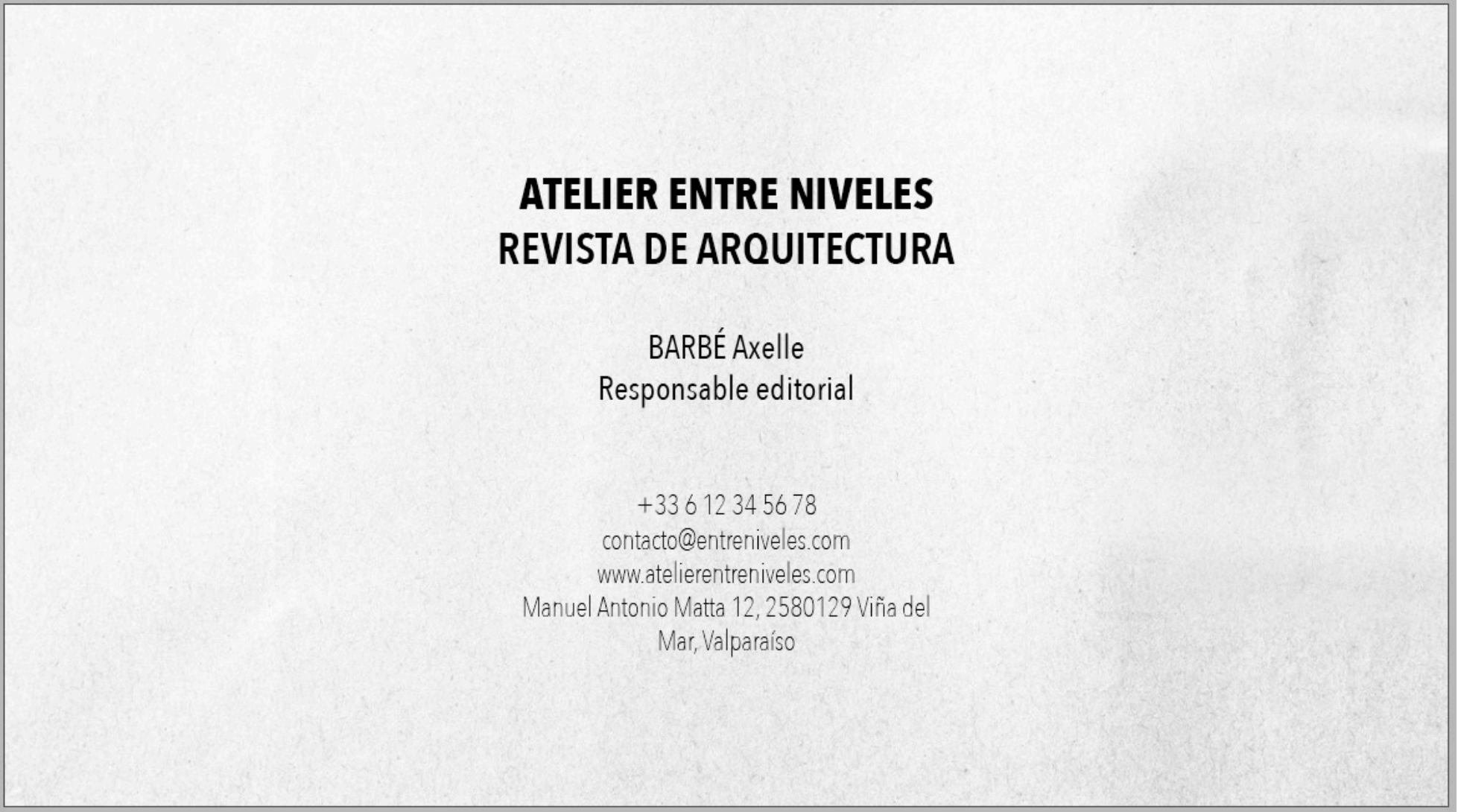
Iconografía

ATELIER ENTRE NIVELES

REVISTA DE ARQUITECTURA



Tarjeta de Presentación



Afiche



Para la realización gráfica de este afiche, me inspiré en las revistas de arquitectura contemporánea donde la tipografía, la imagen y los espacios vacíos tienen un papel importante en la composición.

Quise crear un afiche estructurado y dinámico trabajando los contrastes entre los textos, las imágenes y las zonas más limpias.

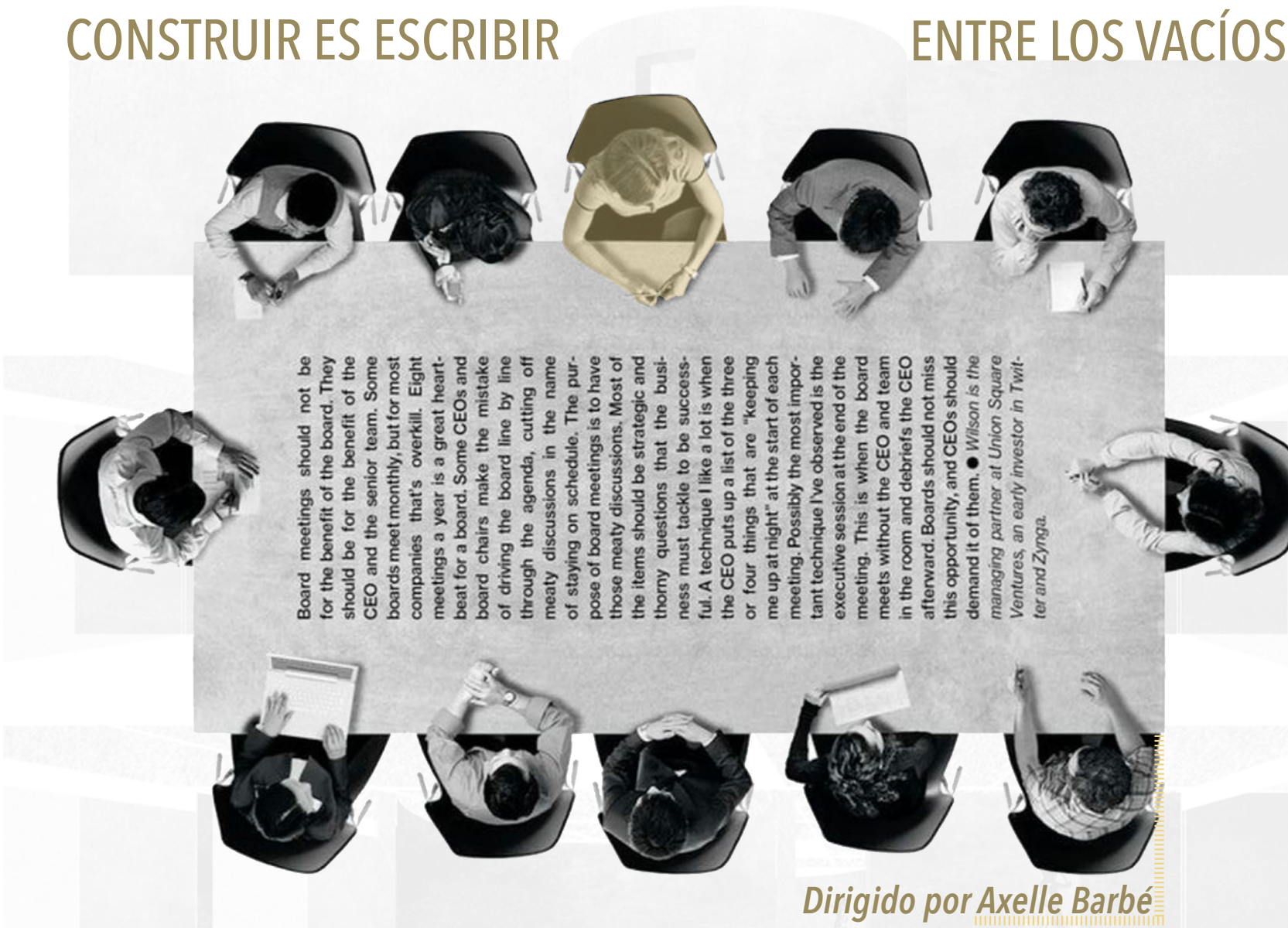
El **BLANCO Y NEGRO** permite resaltar las formas y los volúmenes arquitectónicos, mientras que el **AMARILLO** aporta un acento visual fuerte inspirado en los códigos de la obra y de la señalética urbana.

También me inspiré en el diseño minimalista y brutalista con el uso de grandes tipografías integradas directamente en la imagen.

Las superposiciones y las variaciones de escala permiten crear una **SENSACIÓN DE PROFUNDIDAD Y DE NIVELES**, en relación con el concepto de la revista « Entre Niveles »

CONSTRUIR ES ESCRIBIR

ENTRE LOS VACÍOS



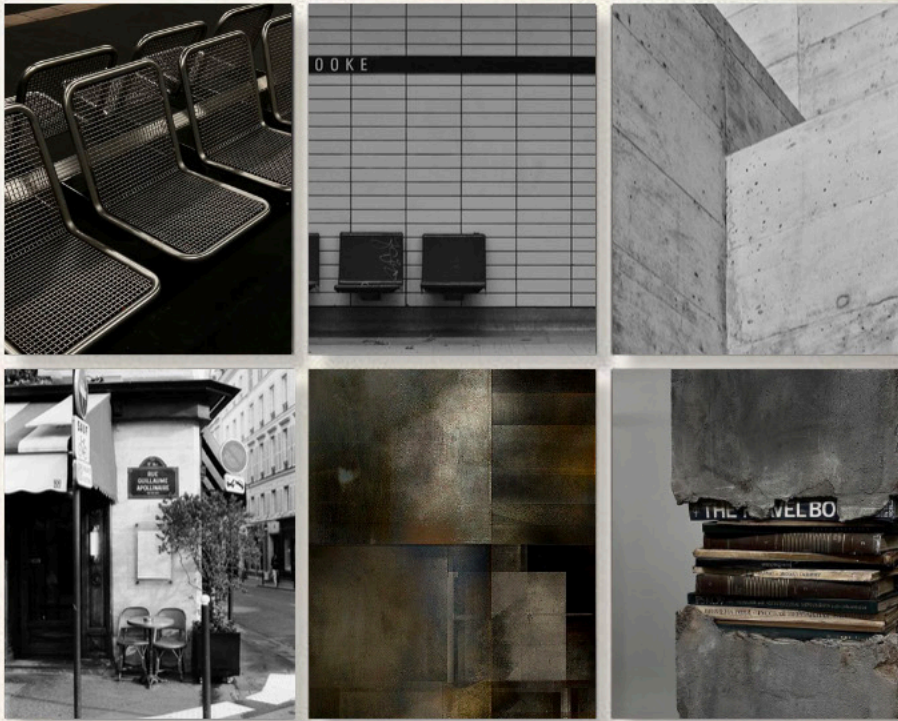
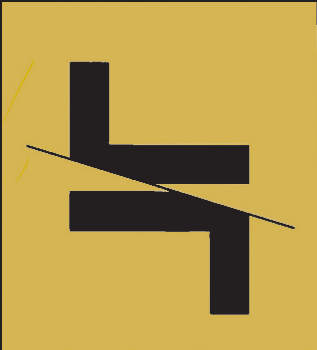
Dirigido por Axelle Barbé



Merchandising

ATELIER ENTRE NIVELES
REVISTA DE ARQUITECTURA

ENTRE
NIVELES



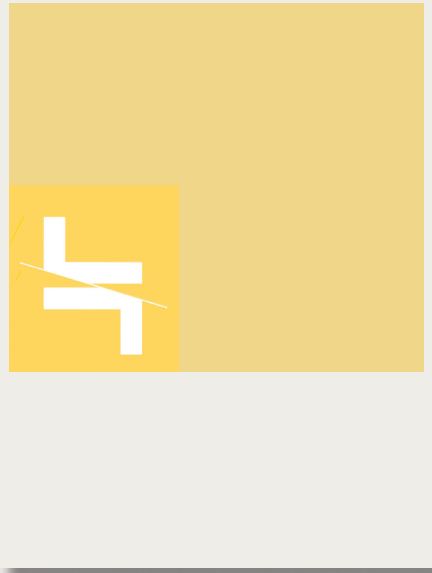
La arquitectura de calle es el conjunto de espacios, recorridos y encuentros que dan vida a la ciudad. Más allá de los edificios, se expresa en la relación entre las personas y el espacio público, donde aceras, plazas, mobiliario urbano y fachadas crean experiencias cotidianas. Su calidad influye directamente en la forma en que habitamos, nos desplazamos e interactuamos, convirtiendo la calle en uno de los elementos más importantes de la vida urbana.

p.24 entre niveles



p.7 entre niveles

COLOUR/
FEATURED



p.8 entre niveles



12 Deia Firca



12 Deia Firca

ATELIER ENTRE NIVELES

REVISTA DE ARQUITECTURA

