

Revista Rizz, 180°.
Producción del primer número de una revista
fotográfica.

Rizz magazine, 180°.
*Production of the first issue of a photographic
magazine.*



UNIVERSITAT
JAUME•I

Grado en comunicación audiovisual

TRABAJO FIN DE GRADO

Modalidad 3: Elaboración de productos audiovisuales terminales

Autoras: Anillo Sinisterra, Carolina

DNI: 41749891S

Martínez Badal, María

DNI: 46277224M

Victorio Salvador, Inmaculada

DNI: 53760619M

Tutor: López Cantos, Francisco José

Junio 2023

Resumen

Este proyecto fin de carrera pretende crear una revista especializada sobre la cultura de la generación Z, con el principal objetivo de crear un contenido atractivo y adaptado hacia esta generación. Tomando como punto de partida un proyecto fotográfico propio, la revista pretende ofrecer un espacio para los artistas emergentes e influyentes en una generación digital y saturada. *180°* es el primer número de la revista *Rizz*, donde las relaciones amorosas no son siempre como las imaginamos, por mucho que se comparta la relación, los sentimientos no son compartidos, sino individuales y lo que para uno es sano y para el otro puede ser todo lo contrario.

Palabras clave: revista, artistas emergentes, fotografía, desamor, generación Z

Abstract

This final degree project aims to create a specialized magazine about culture of generation Z, with the purpose of create an attractive and adapted content for this generation. Taking as a starting point our own photographic project, the magazine aims to offer a space for emerging and influential artists in a digital and saturated generation. *180°* is the first number of *Rizz* magazine, where relationships are not always as we imagine, although you share the same relation, feelings aren't shared but individual and what for someone can be (beautiful) it can be totally different for the other.

Key Words: magazine, emerging artists, photography, lack of love, Z generation

ÍNDICE

1. Introducción.....	5
1.1 Justificación del proyecto.....	5
1.2 Objetivos y metodología	5
1. Introduction.....	8
1.1. Justification of the project	8
1.2. Objectives and methodology.....	8
2. Marco Teórico.....	11
2.1. La fotografía conceptual	11
2.2. Los sentimientos	12
2.3. Historia de la editorial en España	14
2.4. Las revistas fotográficas en España.....	18
2.5. Las revistas en España en la actualidad	21
3. Marco referencial.....	25
3.1. Referentes fotográficos.....	25
3.1.1. Chema Madoz	25
3.1.2. Leila Amat.....	27
3.2. Referentes editoriales	29
3.2.1. Visuales	29
3.2.2. Temáticos	30
3.3. Artistas referenciados en el trabajo	31
2. Theoretical framework.....	36
2.1. Conceptual photography.....	36
2.2. The feelings	37
2.3. Publisher's history in Spain.....	39
2.3. Photographic magazines in Spain	42
2.4. Magazines in Spain today.....	45

3. Reference framework	49
3.1. Photographic referents.....	49
3.1.1. Chema Madoz	49
3.1.2. Leila Amat	51
3.2. Editorial referents	54
3.2.1. Visuals.....	54
3.2.2. Thematic.....	54
3.3. Artists referenced in the work	55
4. Argumentación sobre las decisiones discursivas	59
5. Producción Artística.....	60
5.1. Preproducción.....	60
5.1.1. Nombre de la revista	60
5.1.2. Logotipo.....	61
5.1.3. Público objetivo	62
5.1.4. Presupuesto	63
5.1.5. Planos planta.....	64
5.2. Producción	66
5.2.1. Equipo fotográfico utilizado	66
5.3. Postproducción	68
5.3.1. Vías de difusión.....	68
5.3.2. Maquetación.....	69
5.3.3. Publicación	72
6. Conclusiones	75
6. Conclusions	80
6. Bibliografía.....	85
7. Anexo	90
Anexo 1. Cesión de derechos de imagen.....	90
Anexo 2. Borrador de maquetación	91
Anexo 3. Maquetación	92

1. Introducción

1.1 Justificación del proyecto

Este trabajo fin de grado nace por el interés de crear una revista atractiva hacia las nuevas generaciones, teniendo en cuenta las tendencias actuales del sector de la moda, sus intereses, artistas emergentes, sus preocupaciones o cualquier pensamiento y actividad relacionada con el sector joven desde un punto de vista profesional y juvenil, que permita crear un espacio para la cultura Z. *Rizz* nace desde jóvenes para jóvenes ofreciendo un formato rejuvenecido a la industria editorial. El primer número de la revista contará con una sesión fotográfica titulada *180°* donde pretendemos explorar las experiencias vividas en el desamor.

Por mucho que ambos estén en la misma relación los sentimientos no tienen por qué ser compartidos y, en muchas ocasiones, nos vemos atrapados en sitios donde no queremos estar, pero que por costumbre, comodidad o miedo, permanecemos ahí. *180°* pretende representar esta situación donde la pareja no se encuentra en el mismo punto ni con los mismos sentimientos, pero, donde uno de ellos es desconocedor de esto.

Rizz no es únicamente una revista fotográfica, ya que sus temas abarcan diferentes aspectos de la cultura popular de la nueva generación y pretende crear un espacio para la misma por medio de sus diferentes publicaciones, tales como sesiones fotográficas, entrevistas con figuras conocidas de esta generación o artistas emergentes, o la exposición de trabajos de artistas de diferentes sectores. Para este primer número, nos hemos decantado por realizar una sesión fotográfica que permita expresarnos como artistas y demostrar el desarrollo de nuestro imaginario y las habilidades adquiridas en estos últimos cuatro años.

1.2 Objetivos y metodología

El objetivo principal de este trabajo es realizar una revista que abarque la cultura popular de la generación Z y constituir un espacio de interés para la misma, respetando sus gustos y dándole valor a una generación que hasta ahora parecía

menospreciada. Con nuestro primer número pretendemos comenzar con esta idea y, además, realizar un proyecto fotográfico donde representamos una relación en declive, así como abrir la posibilidad de continuar con la revista dependiendo de la aceptación que tenga. Aún así, consideramos que en un tomo no se puede cumplir con nuestro objetivo principal, ya que este necesita una continuación y aceptación que todavía no tenemos, por lo tanto, hemos desarrollado una serie de objetivos que queremos lograr con esta revista y con el primer número de la misma.

Los objetivos que nos hemos propuesto conseguir con la elaboración del presente trabajo se corresponden con los puntos desglosados a continuación:

- Realizar una revista que nos permita adentrarnos en el sector editorial.
- Generar interés en la generación Z.
- Investigar sobre el proceso de realización editorial.
- Descubrir la importancia de las revistas en el sector español y cuál es su situación actual.
- Adaptar los conocimientos previos a la realización de la sesión fotográfica.

Por otra parte, los objetivos secundarios que queremos alcanzar con la realización del primer número en físico sobre una sesión fotográfica son:

- Representar el desamor
- Descubrir otros proyectos similares en España.
- Mostrar el proceso necesario para la realización de una revista.

El método que emplearemos para la realización de este proyecto comenzará con una investigación previa sobre referentes que concuerden con nuestro estilo y nuestra idea sobre la sesión fotográfica para el primer número de la revista, además de buscar información sobre el proceso que conlleva la creación de la propia revista para concretar el tipo de esta que vamos a trabajar. Una vez realizado este primer proceso, idearemos una serie de fotografías con un contexto específico acorde al tema para este número y empezaremos a buscar modelos para esta sesión, así como atrezzo para cada fotografía y una localización que se adecúe a esta. Después de quedar satisfechas con cada fotografía realizada, estas pasarán a ser tratadas para retocar

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

cualquier posible fallo o para añadir elementos que no se pudieron hacer en el momento. Finalmente, con los anteriores pasos ya realizados, procederemos a maquetar todo el proyecto e imprimir el prototipo del primer número.

1. Introduction

1.1. Justification of the project

This final degree project arises from the interest in creating an attractive magazine for the new generations, taking into account the actual trends in the artistic sector, their interests, emerging artists, their concerns or any thought and activity related to the youth sector from a professional and youthful perspective, which allows us to create a space for Generation Z culture. Rizz originated from and for youth people, offering a rejuvenated format to the publishing industry. The magazine's first volume includes a photo shoot titled "180°", where we aim to explore the barriers that arise in a romantic relationship and how they affect both the couple and each individual.

Rizz is not only a photographic magazine, as its topics cover different aspects of new generations' popular culture. It aims to create a space for this generation through various publications, including photography, interviews with well-known figures of this generation or emerging artists, as well as showcasing works by artists from different sectors. For this first volume, we have chosen to be guided by a photo shoot that allows us to express ourselves as artists and demonstrate the development of our imaginary acquired in these last four years.

Even when two people are in the same relationship, it does not mean they share the same feelings. We often find ourselves trapped in places where we do not want to be, but we remain there out of habit, comfort or fear. "180°" aims to represent this situation where the couple is not on the same page emotionally but one of them is unaware of it.

1.2. Objectives and methodology

The main objective of this project is to create a magazine that covers the popular culture of generation Z and constitute a space of interest for it, respecting their tastes and giving value to a generation that until now seemed underappreciated. With our

first issue we intend to start with this idea and also carry out a photographic project where we represent different types of relationships, in addition to opening the possibility of continuing with the magazine depending on the acceptance it has. Even so, we believe that our main objective cannot be met in one volume, since it needs a continuation and acceptance that we still do not have, therefore, we have developed a series of objectives that we want to achieve with this magazine and with the first number of it.

The objectives that we have proposed for the preparation of this work correspond to the points broken down below:

- Make a magazine that allows us to enter the publishing sector.
- Generate interest in generation Z.
- Investigate about the publishing process.
- Discover the importance of magazines in the Spanish sector and what their current situation is.
- Adapt the previous knowledge to carry out the photographic session.
- Show the necessary process for the realization of a magazine.
- Create the first issue of the physical magazine.

On the other hand, the secondary objectives that we want to achieve with the realization of the first physical issue on a photographic session are:

- Represent two different positions in the same relationship.
- Discover other similar projects in Spain.

The method that we will use to carry out this project will begin with a previous investigation about referents that agree with our style and our idea about the photographic session for the first issue of the magazine, in addition to seeking information about the process involved in creating the own magazine to specify the type of this that we are going to work with. Once this first process is done, we will devise a series of photographs with a specific context according to the theme for this number and we will start looking for models for this session, as well as props for each photograph and a location that suits it. After being satisfied with each photograph

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

taken, they will be processed to retouch any possible failure or to add elements that could not be done at the time. Finally, with the previous steps already carried out, we will proceed to layout the entire project and print the prototype of the first issue.

2. Marco Teórico

2.1. La fotografía conceptual

El significado etimológico de la palabra fotografía se divide en las palabras griegas 'foto' (luz) y 'grafía' (escritura), lo que deriva a la representación de la idea de escribir con luz, ya que la fotografía es la técnica de captar imágenes permanentes con una cámara por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante (Sánchez, F, 2022), es decir, es el arte de plasmar una imagen sobre una placa. El proceso fotográfico ha pasado por muchos experimentos y descubrimientos para llegar a lo que conocemos hoy en día como la cámara oscura. Hoy es inconcebible la ausencia de fotografía; entonces era poco concebible su presencia. La cuestión de la temporalidad inmanente a ella es un aspecto que sólo se puede estudiar a partir de la superación del estupor que supuso su aparición (F.M.García,2011).

Indudablemente, la fotografía conceptual representa una forma de comunicar o compartir un mensaje con el público al capturar la belleza de un instante. Esta modalidad de fotografía implica una gama de particularidades para que sea plasmada en un lugar concreto. No obstante, ampliar este concepto no resulta tan sencillo ni accesible como se considera, ya que se necesita de una gran dosis de imaginación. Según Duarte (2017), la fotografía conceptual es el arte de conseguir un "concepto" en la mente del espectador sólo con el contenido de una fotografía, lo principal de este tipo de fotografía es que no es en absoluto realizada en el momento. La creación de esta conlleva un proceso desde la obtención de la idea o mensaje que se quiere transmitir, la selección de todos los elementos necesarios para que se entienda a la perfección, hasta la post producción. Un fotógrafo conceptual está tratando de llevar algún mensaje acerca del espectador, ya sea un anuncio político, social, o emocional. La imagen no es un ejemplo explícito del concepto, sino una expresión general de la idea.

Según Chicaiza, la fotografía conceptual es una expresión artística basada en diversos conceptos, es decir, son representaciones mentales de un objeto, hecho,

calidad o situación. Con estas imágenes se pretende transmitir una idea abstracta en una imagen fotográfica en donde se puede encontrar con escenas algo distintas a una fotografía tradicional, que requieren una preparación previa y una puesta en escena concreta (Chicaiza, G.,2022). Este tipo de fotografía presenta ciertas cualidades distintivas como exageraciones, elementos fantásticos, detalles acentuados y composiciones impactantes que puedan dejar al espectador sorprendido al contemplar la obra. A través de una cuidada puesta en escena, se resalta todo aquello que el artista desea expresar en la imagen. En este siglo, lo que la historia del arte llamará arte conceptual o Conceptualismo se consolidará como un movimiento artístico que lleva a cabo un intento por priorizar el proceso intelectual evitando estímulos ópticos, incurriendo en que la obra de arte en sí es la idea, mientras el elemento material o sensible queda en un segundo plano (Romo, 2015).

2.2. Los sentimientos

Una de las temáticas más recurrentes en el mundo del arte son los sentimientos, tanto positivos como negativos. Todos los modelos de arte se han visto atraídos por esta temática, en el que pueden explorar al propio ser humano y su yo interior. Sentimientos idílicos como la felicidad en el cuadro *La Alegría de Vivir* de Henri Matisse, o la desesperación pura de *Iván el terrible y su hijo* de Ilya Repin, la representación de estos sentimientos consiguen despertar los propios. Pero, la que puede que sea la temática más representada (o por lo menos, el tópico más



Figura 1, *El Beso*, Francesco Hayez



Figura 2, *Los Amantes*, René Magritte

mencionado en la historia del arte), es el amor, un sentimiento que fluctúa entre lo positivo y lo negativo, lo bello y horrible, dependiendo de su representación, como *El Beso* de Francesco Hayez de 1859 o *Los Amantes* de René Magritte de 1928.

La fotografía es otra disciplina que no se escapa de la representación de esta temática y artistas como Haruhiko Kawaguchi, Erica Reade o Alfred Eisenstaedt, quien tiene una de las fotografías más conocidas de la historia. Expresar sentimientos y generarlos en otras personas es algo complicado y más si se trata de hacerlo a través de una imagen o fotografía. Causar o remover algo dentro del espectador es algo verdaderamente complicado, hay que conseguir que la fotografía hable por sí sola, sin necesidad de texto ni adornos.

La aproximación a la relación imagen-texto devela una complejidad en su correspondencia que muchas veces es abstracta, sin embargo, es posible entender esta relación como una unidad desde la cual se construyen infinitos vínculos (D. Canales, 2022).

Estos fotógrafos han tratado el amor desde diferentes puntos de vista ofreciendo un enfoque y sentimientos diferentes que el espectador puede percibir. Algunas de las obras que destacamos son las series “*Flesh Love*” de Haruhiko Kawaguchi, donde el autor juega con el espacio (material y figurado) de las personas envasándolas al vacío durante 10 minutos, en los que no pueden respirar. En palabras del Kawaguchi “Humans beings aren't completed if they're just by themselves. It's when they come together, when they come really close that they're finally completed. That's why I pack them together” (Canal Condomania JP, 2014, 0m16s). Otra de las obras que destacamos es *Beach Lovers* de Erica Reade, quien pasó 7 años fotografiando a las parejas en las playas de Nueva York, pasando de gestos cariñosos a algunos más sensuales, pero siempre capturando momentos íntimos compartidos por las parejas en los espacios públicos, en cierta parte, reivindicando los espacios privados para las muestras de afecto, tal como ella misma afirma en su libro “*Beach Lovers Book*” y que la revista LF recoge en una de sus publicaciones “Estamos desnudos y expuestos en la playa, despojados de nuestra ropa, maquillaje y nuestros marcadores de estatus. Hay algo acerca de estar en la playa que anima a las parejas a disfrutar de una libertad más afectiva, sus inhibiciones están menos ocultas que en cualquier otro lugar que

haya observado en la ciudad.” («Beach Lovers by Erica Reade», 2022). Por último, uno de los fotógrafos más conocidos Alfred Eisenstaedt por fotografiar la escena conocida como “VJ Day, The Kiss” (Victoria sobre Japón, El Beso) el 14 de agosto de 1945 en Times Square, Eisenstaedt pretendía retratar la naturalidad de las personas y de lo que sucedía sin avisar.



Figura 3, Serie “Flesh Love”, Haruhiko Kawaguchi



Figura 4, Beach Lovers, Erica Reade



Figura 5, Kissing on VJ Day

Cuando pensamos en amor, solemos caer en el estereotipo del amor romántico de pareja, pero debemos tener en cuenta que existen diferentes formas de vivir el amor alejado de la norma. El amor es un sentimiento que se puede experimentar hacia muchas personas y de muchas formas diferentes, se puede experimentar un amor maternal o familiar, un amor platónico de amistad o incluso, un amor, que aunque parezca similar a una relación romántica solo esté basado en relaciones sexuales. El amor tiene muchas formas, tantas como personas existen en el mundo, por lo que cada fotógrafo mencionado aporta una visión, su visión, de este sentimiento.

2.3. Historia de la editorial en España

Vanguardistas o academicistas, de izquierda o derecha, las revistas culturales constituyen un documento histórico de peculiar interés para una historia de la cultura, especialmente porque estos textos colectivos fueron un vehículo

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

importante para la formación de instancias culturales que favorecieron la profesionalización de la literatura. (Beigel, F. 2003)

Las revistas están relacionadas de manera directa con toda la industria editorial y sobre todo, con los periódicos, ya que estos fueron la primera forma que tomaron. En un principio y antes de que surgiera la imprenta, las copias se debían realizar de manera individual suponiendo un trabajo muy complejo y largo, pero, con la llegada de la imprenta en el año 1440 por Johannes Gutemberg, este proceso se vio modificado y se consiguió una forma de producción en masa. Aún así, no es hasta el año 1668 que encontramos la que se considera una versión temprana de una revista tal como la conocemos actualmente, *Bauline Monaths Unterredungen* (Discusiones Mensuales Edificantes) que contenía los trabajos de Johann Rist (Bradstreet, M. 2022). Sin embargo, parece que el carácter de la publicación era más parecido a un libro con artículos que a una revista tal como la conocemos. Posteriormente, surgieron *Mercure Galant* en 1672 en Francia y *Ladies Mercury* en 1693 en Inglaterra, constituyéndose así como las primeras revistas modernas al seguir una temática, en este caso la moda, aunque también incluían publicaciones de carácter informativo sobre las actualidades de la sociedad de la época entre otros (Ramiro Gómez, B. (2022).



Figura 7, *Mercure Galant*, 1672



Figura 6, *Ladies Mercury*, 1693

La historia de las revistas en España es muy extensa y se ve marcada por los acontecimientos históricos a lo largo de los años, ya que ha conseguido adaptarse y mantener la historia hasta nuestros días. La primera revista que surgió se considera que es el “Diario de los Literatos de España” en 1737, donde los autores intentaban, por medio de una publicación periódica, aumentar el nivel literario de los escritores españoles y así, dar a conocer sus obras en el extranjero (Fernández, J. 2017). Pero, no es hasta el siglo XX con la dictadura franquista, que las revistas desempeñaron un papel verdaderamente importante para la sociedad, ya que gracias a estas se podía difundir la cultura y el pensamiento crítico que conseguía escapar de la censura, pero a su vez, también suponía una forma de educar o reeducar a la sociedad mediante las enseñanzas del régimen, quienes creaban sus propias revistas y controlaban la libertad de prensa.

El ejercicio prolongado de la censura provoca la autocensura, la castración intelectual y destruye potenciales vocaciones, al mismo tiempo que priva a los ciudadanos de los elementos necesarios para su formación cultural. (Jiménez, P. 1997).

Independientemente de los avances tecnológicos que acontecen en un país, los avances sociales y las prohibiciones también suponen una modificación en todas las industrias culturales. Y pese a que parece que la censura es cosa del pasado, a día de hoy sigue existiendo en España por la Ley Mordaza, aunque, de una forma mucho más “relajada”, sin embargo esta provoca no poder expresarse de una forma tan libre, utilizar un lenguaje determinado o hablar sobre ciertos temas, sobre todo, provoca la clasificación del contenido de esta industria en diferentes grupos y esto puede provocar la inaccesibilidad al contenido. Sin embargo, cabe destacar que esta cuestión no se ven tan marcada actualmente como lo era en la época franquista gracias sobre todo a la aparición de internet, que ha facilitado la difusión y accesibilidad de contenido que antes era impensable y, con esto mismo, también se ve modificado el mercado físico ya que se regulan sus contenidos de la misma forma facilitando su accesibilidad a la población. Por eso, debemos hacer una especial mención a la aparición de internet y cómo la industria se ha adaptado a esta, tanto como consumidores como editoriales o autores.

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

The way society consumes magazines has shifted dramatically and publications now face substantial competition in the form of countless social media platforms and apps. (Bradstreet, M. 2022).

La primera publicación digital que se realizó en España fue el *Boletín Oficial del Estado* en septiembre de 1994 a la vez que se imprimía en físico y, desde entonces, se ha disparado el uso de internet para realizar este trabajo. Ya no es solo que se distribuyan contenidos de esta forma, sino que se editan únicamente para una versión digital, como puede ser el caso de las revistas científicas. 15 años después, con la crisis del 2009, los periódicos físicos sufrieron un importante descenso en sus ventas y muchos de los periódicos, revistas y contenidos que se realizaban en físico se mudaron al digital de manera definitiva. Aún así, debemos tener en cuenta que el mundo digital no es una apuesta segura actualmente, ya que existe un riesgo de perder la identidad marca por no saber adaptarse a esta plataforma. Tal como afirma Fernando Montero Rodríguez en su libro *“Marketing de periódicos y revistas”* de 2005:

Es necesario acompañar continuamente las publicaciones a las nuevas tendencias y cambios sociales. Pero hay veces en que, por mucho que nos esforcemos, los cambios sociales pueden hacer que nuestro concepto editorial quede completamente desfasado. (Montero, 2005, p.190).

Una de las cosas que hay que tener en cuenta también son los costos de producción de las versiones en físico, ya que las revistas suelen tener costos elevados debido a la calidad de la imagen que pretenden utilizar, por lo que, internet también ha favorecido en la aparición de nuevas editoriales y revistas con bajos recursos que pretenden publicar un contenido propio. Pero, si bien es cierto que Internet favorece la accesibilidad y producción del contenido, no se acaba de realizar un éxodo digital. También debemos tener en cuenta uno de los aspectos más importantes de las industrias culturales y de la aparición de Internet, que es el exceso de contenido, la *infoxicación*, que supone una dificultad para consumir todo el contenido y en muchas ocasiones, satura al lector. Las TIC son un arma de doble filo en el panorama editorial actual, ya que no se apuestan del todo por ellas o por la publicación en físico, lo que limita la capacidad de ambas y la intranquilidad del sector.

La creación de contenido digital favorece el desarrollo de esta tecnología y, decantarse por este no supondría un cambio tan drástico para la editorial actual teniendo en cuenta que muchos de los consumidores ya optan por este formato, sobre todo los más jóvenes, siempre teniendo en cuenta que sepan cómo entrar en este formato. Pero, la situación actual es muy inestable y evitan un éxodo por miedo a que se repita la crisis anterior. El sector debe decidirse cuanto antes, porque las TIC evolucionan más rápido que nosotros y no adaptarse a tiempo imposibilitaría una adaptación posterior.

2.4. Las revistas fotográficas en España

“La noción primitiva de la eficacia de las imágenes supone que las imágenes poseen las cualidades de las cosas reales, pero nosotros propendemos a atribuir a las cosas reales las cualidades de una imagen” (Sontag, S. 2005)

Una de las frases más conocidas que existen es “una imagen vale más que mil palabras”, y de cierta forma, así es como surge *Illustrated American* en 1890, la primera publicación planificada íntegramente con fotografías. (Newhall, B. 2002). Este nuevo modelo de revista se extendió rápidamente por el resto del mundo, sobre todo en Europa donde los reportajes fotográficos tomaron mucha importancia en los años 30. En España, la primera revista de ilustrada que surge es Blanco y Negro en 1891, que sentó las bases de la que sería las bases de la revista gráfica española (Sánchez Vigil, J. 2008). También se tiene constancia de la revista *Graphos*, creada en 1906 con una publicación dirigida por Antonio Escobar, donde no solo publicaban fotografías como tal, sino que también intentaban enseñar técnicas o composiciones, una revista especializada que destinada tanto a profesionales como aficionados que permitiera aprender de ella no solo por imágenes simbólicas, sino también por medio del texto. En contraposición tenemos a *Nuevo Mundo* creada en 1894 por José del Perojo, quien tenía un propósito menos academicista donde enseñar a crear imágenes e interpretarlas, sino simplemente a disfrutarlas. También surgieron revistas como *Unión Ilustrada* (1909), *Mundo Gráfico* (1911) o *Galería* (1930) que nos permiten comprender el avance tanto de las revistas como de la fotografía e historia del país y que incluso traspasaron fronteras.



Figura 10, Portada Nuevo Mundo Original 1916



Figura 8, Grafos Ilustrado



Figura 9, La unión Ilustrada

Pero, pese a que en algún momento estas fueron algunas de las revistas fotográficas más importantes en España, no se han podido mantener en la actualidad. Sin embargo, han sentado las bases para las siguientes revistas, ya no solo fotográficas, sino culturales o generalistas. Las primeras revistas realizadas a base de prueba y error mantiene presenta la historia, acontecimientos o intereses de la España anterior y, sobre todo, mantiene la cultura. Sin embargo, actualmente podemos encontrar una variedad mucho más amplia de revistas fotográficas y culturales gracias, sobre todo, a la aparición de internet, que fomenta el consumo y la distribución de estos contenidos por medio de la publicidad. Algunas de ellas son:

- EXIT, que nace en 1999 con una tirada trimestral y temática, además de un contenido tanto en inglés como en español que ha conseguido que sus publicaciones se consuman internacionalmente. Además, cabe destacar que va destinada a un público especializado ya que incluye textos teóricos o especializados, ya no solo en fotografía, sino en la cultura contemporánea donde la revista pretende exponer lo que vivimos, sentimos y vemos. Sus publicaciones no se centran en un tipo de fotografía específica, sino que mediante todos los movimientos existentes de artistas consagrados y nuevos nombres de todo el mundo. Todo esto le ha servido para conseguir premios como Kraszna-Krausz Foundation 2003 (Londres) a la Mejor publicación de

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

fotografía, y el Lucie Award 2015 (Nueva York) a la mejor revista de fotografía del año.

- VA! Fue creada en 2007 como un proyecto colectivo de varios fotógrafos de Valencia con la intención de exponer y difundir el trabajo de autores emergentes. A diferencia de *Exit*, esta no es una revista especializada, incluso aunque incluye textos que destacan diferentes aspectos de la fotografía, que aunque tienen un carácter divulgativo no están centrados en un público especializado, sino en aficionados o interesados en el mundo del arte en general. Pese a que la revista solo cuenta con 4 volúmenes publicados, también se encarga de dar difusión a la fotografía contemporánea mediante el visionado de portfolios, charlas en centros educativos o talleres.

- LF Magazine es una de las revistas más importantes del país y a la que ellos mismos definen su trabajo como “una misma realidad con distintos enfoques”. En sus publicaciones trazan una temática y contactan con varios fotógrafos nacionales e internacionales de cualquier tipo de género y reconocimiento, para conseguir colocar una mirada colectiva en el ojo del lector y que este reflexione y ponga en duda los temas que se tratan.



Figura 12, *Exit* 69: Los cuerpos en movimiento

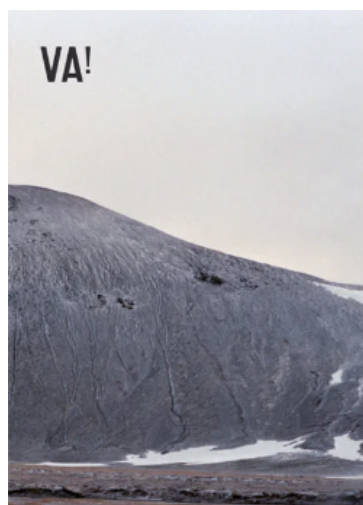


Figura 11, *Revista Va* n°3

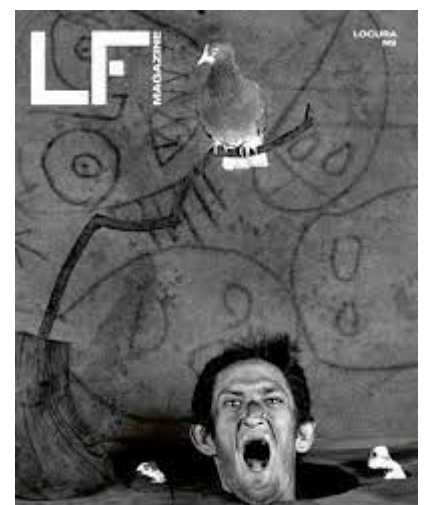


Figura 13, *LF Magazine*:n°9- enloquecidos

2.5. Las revistas en España en la actualidad

Existe una amplia variedad de revistas en todo el mundo, especializadas, de fotografía, de moda, de deportes... cualquier tipo que imaginemos. Generalmente, se suelen encontrar en quioscos o tiendas especializadas en el formato físico y mediante una suscripción mensual en el formato digital, que permite su adquisición de una forma más directa y, además, hay revistas que se pueden adquirir de manera gratuita (generalmente en formato digital), que también suelen ser los primeros números para lograr un acercamiento con los nuevos lectores. El problema radica en la infoxicación mencionada anteriormente, ya que hay tanta variedad de revistas (al igual que de cualquier otro tipo de producto de las industrias culturales), que su compra y conocimiento es en muchas ocasiones imposible. Así como no podemos conocer todas las revistas que existen, tampoco podemos conocer cuántas revistas hay en España ya que no hay datos exactos, pero, la página *elEconomista* realiza un ranking de empresas españolas, donde han recogido todas las revistas que han depositado sus estados financieros en el Registro Mercantil y, en 2021, se registraron un total de 292 revistas. (Ranking de Empresas del Sector 5814, 2021).

Esto solo nos da una idea de que existen muchas revistas y muy variadas ya que las principales posiciones están repartidas entre prensa rosa y prensa de información general, por lo que los consumidores de España siguen un modelo de consumo mucho más tradicional y se olvidan de los otros formatos como las especializadas o fotográficas. A continuación hemos realizado una tabla sobre las empresas españolas con mayor ventas en 2021. (Ranking de Empresas del Sector 5814, 2021).

Nombre de la empresa	Facturación	Información
Hola SL	57.903.323	Revista semanal especializada en noticias de celebridades
Unidad Editorial de Información General	43.786.993	Grupo editorial de revistas como TELVA, Yo Dona, Actualidad Económica, Fuera de Serie y La Lectura
RBA Revistas SL	43.215.484	Grupo editorial de revistas

		como National Geographic, Historia y Viajes, El Mueble, Patrones, El Jueves o Saber Cocinar entre otras.
Hearts España SL.	39.533.355	Grupo Editorial de revistas como Elle, Cosmopolitan, Esquire, Bazaar, Fotogramas o Men's Health entre otras.
El Periodico de Catalunya SL	31.801.065	Revista informativa diaria autonómica

Aunque estas no son las revistas más vendidas en España, sino las empresas que más facturan, por lo que hay empresas cuya facturación radica en revistas internacionales, como es el caso de RBA o Hearts España. Por eso, hemos realizado una tabla de elaboración propia en la que se encuentran las revistas más vendidas en España a nivel nacional e internacional, basándonos en el ranking proporcionado por AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación).

Nombre de la revista (Internacional)	Número de lectores (en miles) mensuales
National Geographic	1.778
Vogue	1035
Historia National Geographic	946
Viajes National Geographic	911
Elle	604

Nombre de la revista (Nacional)	Número de lectores (en miles) mensuales
Saber Vivir	708
El Mueble	571

Fotogramas	519
Cosas de Casa	405
Viajar	346

Una de las cosas más destacables es que las revistas más vendidas suelen ser generalistas, como las mencionadas en la tabla de arriba, revistas que aunque aumentan el número de ventas no están incluidas dentro de las culturales, como las fotográficas, por lo tanto, la tasa de consumo de ambas es muy diferente. Según un informe del Ministerio de Cultura y Deporte sobre los hábitos y prácticas culturales de 2021 y 2022, la diferencia es solo del 2'3% entre personas que han leído al menos una vez al mes una revista cultural y una no cultural. Sin embargo, también debemos destacar que la tasa de consumo tanto de revistas culturales como las no culturales ha tenido un cambio drástico. A continuación, hemos incluido una tabla de elaboración propia en el que se ve el cambio de la tasa de consumo desde 2006 hasta 2022.

Lectores de revistas por lo menos una vez al mes

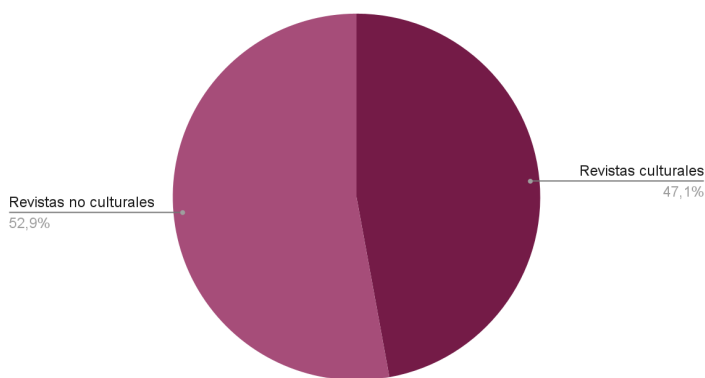


Figura 14, Lectores de revistas por lo menos una vez al mes, elaboración propia

Revistas Culturales y Revistas no Culturales

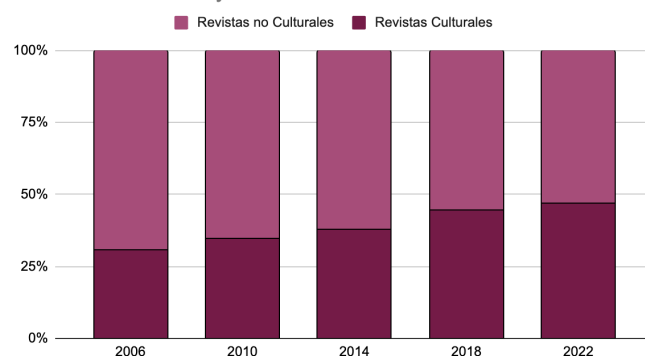


Figura 15 Revistas culturales y revistas no culturales, elaboración propia

Tasa de consumo de revistas culturales al menos una vez al mes	Tasa de consumo de las revistas no culturales al menos una vez al mes
---	--

2006	15'2%	2006	33'9%
------	-------	------	-------

2010	17'7%	2010	32'8%
2014	20'6%	2014	33'4%
2018	22'7%	2018	28'1%
2022	18'9%	2022	21'2%

Debemos tener en cuenta que estos datos no son exactos ya que son realizados mediante una encuesta del Ministerio de Cultura, que aunque, no puede mostrar el consumo de las revistas culturales de una manera exacta, podemos observar una idea de este. Vemos cómo desde el 2006 las revistas culturales han visto un cambio en cuanto al número de lectores, siempre a la alza, menos en este último año que se ha visto drásticamente afectado por la pandemia. Sin embargo, en contraposición, podemos observar cómo las revistas generalistas han tenido una pérdida de lectores significativa desde el 2006, debido en parte también al formato de lectura de estas revistas, ya que solían realizarse en un formato físico.

3. Marco referencial

3.1. Referentes fotográficos

3.1.1. Chema Madoz

José María Rodríguez Madoz es un fotógrafo español que combina elementos de la realidad para generar conceptos originales y distintivos. Su fotografía está dentro del espectro conceptual y a través de elementos cotidianos crea fotografías que transmiten una idea en específico alejada del significado intrínseco de los propios objetos protagonistas de la imagen.

Su trabajo se puede considerar como el de un escultor y poeta que trabaja desde el visor de una cámara, pues sus obras llevan a paradojas visuales, específicamente: “Madoz ha sabido sedimentar fotográficamente sus visiones metafóricas” (Castro Flórez, 2008: 1). Son fotografías en blanco y negro que aparentemente parecen de composición sencilla, sin embargo, su trabajo consiste en apreciar toda la obra en conjunto, desde la ideación hasta la composición, todo está hecho a propósito, a lo que se puede observar la influencia del surrealismo, pues este se definió por André Bretón como «Puro automatismo psíquico, por el que se propone expresar el funcionamiento real del pensamiento. El dictado del pensamiento, en ausencia de todo control ejercido por la razón y al margen de toda preocupación estética y moral.» (Breton, A., 1924). Lo que extrae a Madoz de este movimiento es el uso de la fotografía como obra en sí, no para documentar su obra en físico, pues para Madoz la fotografía posee el poder de certificar ontológicamente la verdad del objeto, más que cuando el mismo objeto se muestra y exhibe, lo que también lo aleja de la fotografía documental, pues sus fotografías, como hemos mencionado anteriormente, tienen una puesta en escena específica y el objetivo de estas no está relacionado con la documentación de la realidad, si no con jugar con la mente del espectador. Ernst Gombrich en su famoso ensayo Arte e ilusión, reflexiona sobre la condición mágica de la imagen, y cómo esta gana nuestra atención y confianza:

¿Pensamos realmente que la imagen en la pared cobra vida? La pregunta no admite una respuesta neta, como no la admite ninguna de esas preguntas referidas al simbolismo. “Hoy nos damos cuenta mejor que antes”, dijo Edwyn

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

Bevan en su libro Holy Images, “de que la mente del hombre funciona en varios niveles, y que, por debajo de una teoría intelectual articulada, puede subsistir una creencia incompatible con aquella teoría, estrechamente conexa con inconfesados sentimientos y deseos. (Gombrich, 1998, p. 96)

Ahora bien, el trabajo de Madoz tiene un lenguaje único y universal, siempre en analógico y trabaja siempre con luz natural y en blanco y negro con una estética minimalista y de tipo bodegón. Con esto podemos observar que, con un equipo de trabajo mínimo puede crear obras que van más allá de la representación, ya que siempre hay una doble lectura en sus imágenes. Todas estas cualidades no son al azar, todas tienen su propósito, como el blanco y negro, donde Madoz trabaja en esta gama de colores para así diferenciar su trabajo de la propia realidad. También, en sus primeras etapas como fotógrafo donde experimentaba para encontrar su estilo, aparecían figuras humanas, aunque estas no tienen protagonismo alguno, pues forman parte del lienzo fotográfico para formar una imagen en conjunto.



Figura 18, Chema Madoz Figura 16, Chema Madoz

Figura 17, Chema Madoz

A partir de estas experimentaciones Madoz, en la década de los 90, empieza a interesarse cada vez más por los objetos y su versatilidad hasta encontrar su estilo, el cual solo se centra en los objetos y en la capacidad de transformación de los mismos, manipulando la realidad para mostrar otra verdad simbólica.

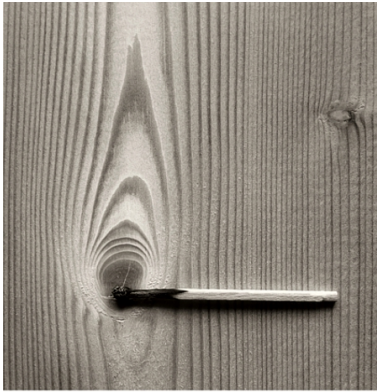


Figura 19, Chema Madoz

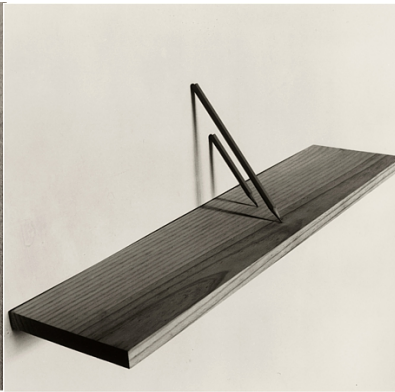


Figura 21, Chema Madoz



Figura 20, Chema Madoz

La concepción de los objetos por parte de Madoz también evolucionó, pues empezó fotografiando objetos cotidianos y ahora los creaba él mismo, añadiendo el elemento escultórico a sus obras, pero siempre con una intención fotográfica. Por ello el fondo utilizado también ha cambiado, pues empezaba a utilizar fondos neutros para poder apreciar mejor el objeto de la imagen –cuando anteriormente los fotografiaba en entornos donde fuera habitual encontrarlos– creando así una percepción de intemporalidad al no haber ningún elemento del exterior. La monocromía de sus fotografías las ha llevado a calificarlas como tristes, frías, melancólicas, pues cualquier ápice de emoción y expresión de sentimiento es extirpado.

3.1.2. Leila Amat

Nació en España en 1987 y empezó en el mundo de la fotografía como una forma de volcar todo su ser en un papel. En un principio no tenía idea alguna sobre este campo, ya que es profesora de lengua y literatura, pero fue explorando hasta encontrar su estilo, el cual podemos decir que pertenece a la fotografía contemporánea.

Su trabajo consiste en autorretratos, tanto en sus fortalezas como en sus debilidades, pues ha tenido varias depresiones que la han inspirado para estas fotografías, una vida llena de acontecimientos tanto positivos como negativos, de amor y desamor, todo se ve reflejado en sus fotografías y sus textos. Además, prefiere trabajar en solitario. Ella misma, en una entrevista realizada por Mónica Vidal, establece una estructura en su obra: “Creo que en mi fotografía hay tres etapas: la primera, a BN,

muy íntima, triste y grotesca, entre cuatro paredes, la segunda, con la entrada del Photoshop a mi vida, muy plástica y la tercera, con los exteriores.”

Las técnicas que utiliza son bastante sencillas, pues no tiene un equipamiento muy elaborado ya que su magia se trabaja en postproducción y, en cuanto a la iluminación, utiliza sobre todo la natural, pues le apasiona. Sus fotografías están pensadas al milímetro, desde que se le ocurre la idea hasta la última edición, no es partidaria de pulsar el obturador y lo que tenga que salir será, de hecho, si ve una serie de fotografías similares la idea termina agotándola, por eso lo piensa detenidamente antes de realizarla, unas veces el proceso es más laborioso y otras es inesperado. Un ejemplo sería con su fotografía *Reina de las marismas*, la cual tardó años en conseguir el resultado que quería porque tenía una idea muy específica, mientras que *Km 284* la capturó en un instante.



Figura 23, *Reina de las marismas*, Leila Amat



Figura 22, *Km 284*, Leila Amat

Sus fotografías llevan un mensaje mucho más profundo que la mera estética y es que, a través del retrato de su propia vida y experiencias, transmite conceptos sociales como el maltrato, pues ha sido víctima de violencia de género, activismo y autoestima. Estas dos últimas van un poco ligadas, pues parte de su activismo se relaciona con los desnudos de sus obras, los cuales son censurados en las redes sociales y, además, también es una reflexión para quien siente rechazo hacia el desnudo, pues la fotografía es un espejo y todo lo que ves en ella que te genera rechazo, es algo que tú rechazas de ti mismo.

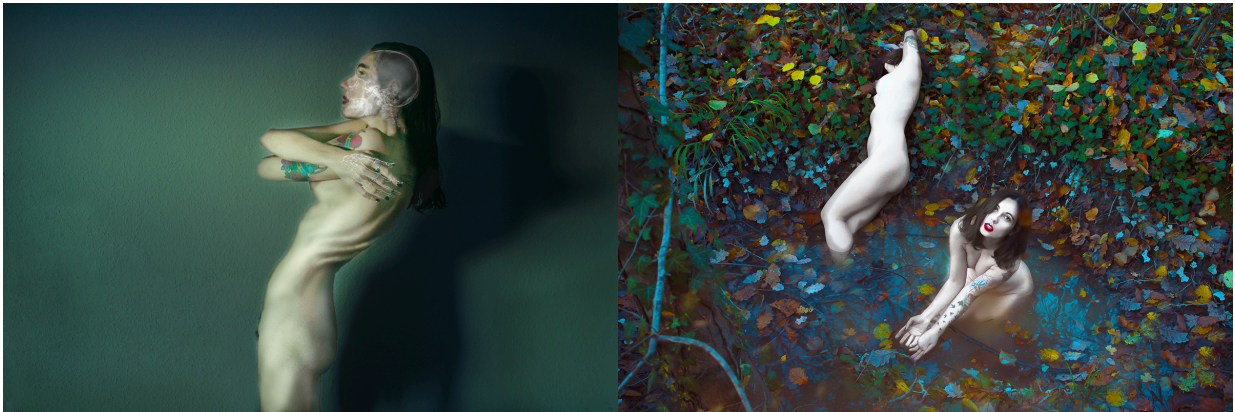


Figura 24, ¿Cómo estás?, Leila Amat

Figura 25, Two souls, your majesty, Leila Amat

Por otra parte, cabe destacar que, para la iluminación, nos hemos influenciado en gran parte por el proyecto *Luz Barroca* de Javier Jimeno, el cual utiliza una luz dura y marcada junto con un fondo oscuro, creando los contrastes característicos del barroco. En este proyecto aborda temas mitológicos y religiosos con una estética pictórica que hacen que la fotografía realmente parezca un cuadro barroco.



Figura 28, Luz barroca, Javier Jimeno



Figura 27, Luz Barroca, Javier Jimeno



Figura 26, Luz Barroca, Javier Jimeno

3.2. Referentes editoriales

3.2.1. Visuales

La búsqueda de estímulos visuales externos durante el proceso de diseño es una actividad bien recurrente como fuente de inspiración entre los diseñadores de diferentes especialidades, además de ser considerado un paso crucial para la solución de problemas de diseño. El proceso de análisis de referentes visuales implica

un procesamiento de información que le reporta conocimiento al diseñador y, por tanto, constituye un proceso de aprendizaje (Valdés & Rodríguez, 2017). Existen numerosas revistas y medios en los que encontrar un referente para abarcar un estilo visual o estético que se acomode a los gustos de las creadoras del proyecto pretendiendo llegar a un público que también sea simpatizante con ese estilo elegido.

Algunos ejemplos de referentes visuales que nosotras hemos tenido en cuenta para elaborar nuestro proyecto son entre otros, *PAP Magazine*, una revista digital que tiene sede en Milán. Sus números tratan sobre fotografía de moda joven y creativa, además de contenidos sobre arte, belleza y moda. Cuenta con creadores individuales así como numerosos colaboradores a lo largo de sus publicaciones. Tiene un estilo urbano y juvenil que transmite novedad y frescura, mientras que busca transmitir numerosos sentimientos que dependen del espectador, pero principalmente evocan caos y angustia, en otras felicidad, dependiendo del número y el artista que traten.

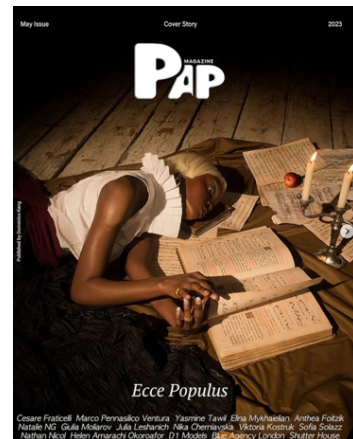


Figura 29, *PAP Magazine*

3.2.2. Temáticos

En cuanto a referentes temáticos a tener en cuenta para el desarrollo de este proyecto podemos encontrar grandes revistas que no sirven de ejemplo. Entre otras, *DARDO Magazine* es una revista centrada en nuestro país, en Portugal y en Brasil, de publicación semestral que se enfoca en la difusión y análisis de las prácticas artísticas contemporáneas, la arquitectura y el diseño. “La intención es habitar en esa resonancia para aprehender los ecos de unas disciplinas en otras, casi a modo de reflexión compartida, reflexiva y concentrada” (*DARDO Magazine*, 2019).

Otro ejemplo es el magazine *PDN*, *Photo District News*, es una revista que cubrió la industria fotográfica profesional durante más de tres décadas. Fue editada tanto en

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

físico como a través de un sitio web. Este magazine hacía noticias y análisis, además de entrevistas y ofrecía información para aquellos fotógrafos que necesitaran dicha información para tener éxito en un mercado competitivo. Además de ofrecer



Figura 30, Revista PDN

asesoramiento en técnicas fotográficas y nuevas tecnologías. Exploran el trabajo de muchos artistas fotógrafos y talentos emergentes, por ello consideramos que es un referente para nuestro proyecto, ya que nosotras en el resto de número de nuestra producción, pretendemos darle espacio a artistas emergentes para darles visibilidad.

3.3. Artistas referenciados en el trabajo

Una de las limitaciones que tenemos a la hora de crear esta revista es la novedad de las ideas. Es decir, existen revistas de la misma temática, existen artistas mejor consolidados que han dedicado su carrera y gran parte de su vida a el estilo de fotografía que realizamos como Chema Madoz, existen historias parecidas o con una temática similar en otro tipo de artes como la pintura o la escultura, existen incontables referencias que nos limitan a la hora de realizar esta revista, pero que a la vez, nos ayudan a representar las ideas que tenemos en la mente. Nos ayuda a suplir nuestro imaginario popular y a saber valorar y expresar nuestras ideas y sentimientos de forma que podamos crear una revista lo más sincera posible, una revista que reúna artistas que nos inspiran y motivan o incluso mitos que todos conocemos. Es por eso, por lo que consideramos que es importante dedicar un espacio para referenciar aquellas obras, mitos o artistas que nos han ayudado a experimentar en nuestro imaginario y, sobre todo, a hacerlo realidad.

Para poder expresar nuestro imaginario al máximo nos hemos dotado de conocimiento en distintas artes, como la fotografía conceptual o surrealista, movimientos artísticos

como la performance, la danza o el arte barroco. Todo esto, combinado con todo nuestro bagaje cultural que nos ha permitido experimentar en muchas disciplinas.

El arte contemporáneo es muy amplio y permite explorar muchísimos aspectos sobre la cultura popular, explorar con nuevas técnicas o con el propio cuerpo. En la década de los 60 / 70 se popularizó un nuevo modelo de arte que pretendía luchar contra el academicismo, contra la genialidad y la perfección que se intentaba lograr anteriormente. Con esto surgió el arte conceptual, que privilegiaba los componentes sobre los procesos (Consuegra, C. B. 2014), que permitía que todo el mundo pudiese reflexionar sobre el arte y no debiese entenderlo solo con mirarlo. Es de esta forma, que el arte conceptual permitía no solo comprender el arte, sino crearlo independientemente de los conocimientos en la materia, por lo tanto, se permitió experimentar de primera mano hasta lograr lo que se denomina la *performance*.

“El arte no suministra ya, a nuestras necesidades habituales, la satisfacción que otros pueblos han buscado y encontrado. Nuestras necesidades e intereses se han desplazado a la esfera de la representación y, para satisfacerlos, debemos recurrir a la reflexión, a los pensamientos, a las abstracciones y a las representaciones abstractas y generales. El arte mismo, tal y como es en nuestros días, está destinado a ser un objeto de pensamientos”. (Hegel, Friedrich, 1994, p.37)

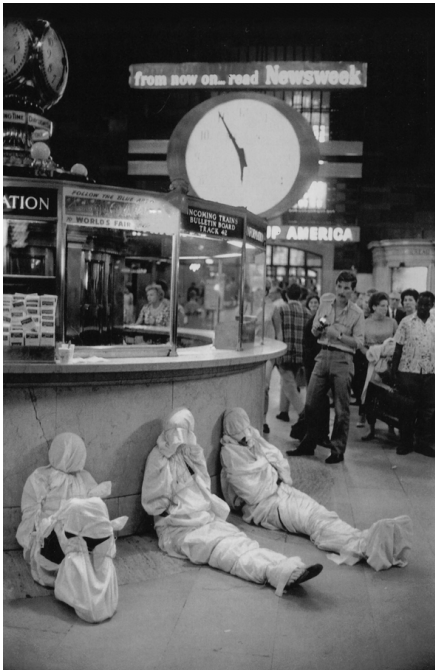


Figura 31, Marina Abramovic

Para nosotras la performance es muy importante ya que trata de comunicar por medio del cuerpo una idea, historia o incluso pensamiento. Porque es capaz de emocionar sin necesidad de comprender qué está ocurriendo y, porque es finita e intangible, es la esencia del arte en su máximo esplendor, que permite crear una actuación en el que el propio cuerpo está cargado de significado y simbolismo y donde solo por unos segundos somos conocedores de ello. En nuestra revista ha influido a la hora de crear las fotografías, de conocer qué queremos contar y sobre todo, cómo. Nuestra mayor influencia en esta categoría es la artista Marina Abramovic.

Marina Abramovic es llamada la diva de la performance y ha protagonizado algunos de las obras más conocidas en este género como *The lovers: the great walk wall* donde para poner fin a una relación amorosa, ella y su pareja caminan desde dos puntos distintos de la gran muralla china (aproximadamente unos 2,500km cada uno), con la intención de explotar sus emociones al máximo durante la preparación del trabajo, para terminar con un abrazo de despedida. La obra de Abramovic es reconocida mundialmente por utilizar su cuerpo como instrumento narrativo, con la intención de deconstruirse y construir una conceptualización sobre la mujer (Hassan, V. 2015). Pero, la que es para nosotras una clara inspiración es *Rest Energy*, donde la artista se coloca delante de una flecha que apunta directamente a su corazón, una obra que representa la confianza entre ambos participantes y la vulnerabilidad del propio cuerpo. Nosotras hemos querido hacer nuestra propia interpretación de la obra, para la elaboración de una fotografía posterior y es que, el arco simboliza el amor, que es el poder, y quien sucumbe a este se arriesga constantemente a morir por él, ya que un día la flecha se disparará y el amor acabará.



Figura 33, *Rest energy*, Marina Abramovic



Figura 32, *Hard Energy*, elaboración propia

Por otro lado, debemos mencionar también dos esculturas que aparecen referenciadas –a través de una interpretación– en nuestras obras debido a su simbolismo, por un lado *Eros y Psique* y, *Apolo y Dafne*.

Tanto *Eros y Psique* como *Apolo y Dafne* son esculturas que nos han servido de inspiración para este proyecto. Por un lado, tenemos que tener en cuenta la propia historia detrás de ambas fotografías, que son mayoritariamente las que más nos han inspirado a la hora de realizar y reinterpretar las nuestras, sino también por la iconografía de las esculturas.

Por un lado, nos encontramos con que el mito de Eros y Psique es una representación del amor puro y leal, a tal punto que la obra también se conoce como *Psique reanimada por el beso del amor*. El mito narra cómo Eros es enviado por Afrodita a flechar a Psique con el hombre más horrible y malvado del mundo, debido a la envidia que esta le tenía por su belleza, sin embargo, es Cupido (Eros) quien acabó flechado por ella y lanza la flecha al mar. Eros esconde a su amada en una cueva imposibilitándole ver su rostro, sin embargo esta encendió una lámpara para verle la cara, con la mala suerte de que



Figura 34, *Eros y Psique*

una gota de aceite hirviendo cayó en la cara de Eros, haciendo que este abandonara a Psique, quien avanzó hasta el infierno hasta conseguir una caja de sueño estigio cayendo en coma. Eros limpió el sueño de sus ojos con un beso y le prometió no abandonarla jamás. (Bolaño, E. 2016)

Para nosotras esta es una clara referencia del amor puro y duradero, una representación de cómo el amor “puede con todo”, cómo puedes tener un futuro al lado de la persona que quieres incluso cuando tienes impedimentos. Nuestra representación quiere hacer alusión a esto mismo, al amor en su estado más puro, a las miradas de complicidad de la pareja, al momento antes de tormenta en la que eres capaz de arriesgar tu propia vida para recuperar a tu amado.



Figura 35, Apolo y Dafne

Sin embargo, el mito de Apolo y Dafne es todo lo contrario, es la representación del rechazo y del miedo. Apolo fue maldecido por Eros al dispararle con una flecha dorada haciéndolo enamorarse de Dafne, quien fue disparada por una flecha de plomo, que la hizo sentir miedo y rechazo hacia Apolo. Tras las insistencias de Apolo de que estuvieran juntos, Dafne sacrificó su propio cuerpo para convertirse en árbol y escapar de la presión de Apolo. (Chacón-Palomares, M. 2018). Esta obra nos sirve

como referencia por distintos aspectos, en primer lugar, porque queríamos retratar la idea del rechazo en una misma relación, hasta tal punto que quieras huir de esta, queríamos retratar cómo un amor que antes lo había supuesto todo, puede volverse crudo y feo hasta llegar al punto de sacrificar tu propia vida. A diferencia de Eros y Psique, esta representación es la tormenta, es el malgaste de la relación, es la traición a los sentimientos propios mutuos, es la pérdida del yo.

2. Theoretical framework

2.1. Conceptual photography

The etymological meaning of the word photography is divided into the greek words 'photo' (light) and 'graphy' (writing), which derives from the representation of the idea of writing with light, since photography is the technique of capturing permanent images with a camera through the photochemical action of light or other forms of radiant energy (Sánchez, F, 2022), it is the art of capturing an image on a plate. The photographic process has gone through many experiments and discoveries to arrive at what we know today as the camera obscura. Today the absence of photography is inconceivable; then his presence was hardly conceivable. The question of immanent temporality to it is an aspect that can only be studied after overcoming the stupor that its appearance entailed (F.M.García, 2011).

Undoubtedly, conceptual photography represents a way of communicating or sharing a message with the public by capturing the beauty of an instant. This modality of photography implies a range of particularities so that it is reflected in a specific place. However, expanding this concept is not as simple or accessible as it is considered, since a great deal of imagination is needed. According to Duarte (2017), conceptual photography is the art of achieving a "concept" in the viewer's mind only with the content of a photograph, the main thing about this type of photography is that it is not taken at all at the moment. The creation of this entails a process from obtaining the idea or message to be transmitted, the selection of all the necessary elements so that it is perfectly understood, to post production. A conceptual photographer is trying to convey some message about the viewer, be it a political, social, or emotional ad. The image is not an explicit example of the concept, but a general expression of the idea.

According to Chicaiza, conceptual photography is an artistic expression based on various concepts, that is, they are mental representations of an object, fact, quality or situation. With these images it is intended to convey an abstract idea in a photographic image where you can find scenes that are somewhat different from a traditional photograph, which require prior preparation and a specific staging (Chicaiza, G., 2022). This type of photography presents certain distinctive qualities such as

exaggerations, fantastic elements, accentuated details and impressive compositions that can leave the viewer surprised when contemplating the work. Through a careful staging, everything that the artist wishes to express in the image is highlighted. In this century, what art history will call conceptual art or Conceptualism will consolidate as an artistic movement that carries out an attempt to prioritize the intellectual process avoiding optical stimuli, assuming that the work of art itself is the idea, while the material or sensitive element remains in the background (Romo, 2015).

2.2. The feelings

One of the most recurring themes in the art world is feelings, both positive and negative. All art models have been attracted to this theme, in which they can explore the human being himself and his inner self. Idyllic feelings such as happiness in the painting *The Joy of Living* by Henri Matisse, or the pure despair of *Ivan the Terrible and his son* by Ilya Repin, the representation of these feelings manage to awaken their own. But, what may be the most represented theme (or at least, the most mentioned topic in art history), is love, a feeling that fluctuates between positive and negative, beautiful and horrible, depending on its representation, such as *The Kiss* by Francesco Hayez from 1859 or *The Lovers* by René Magritte from 1928.



Figura 37, *El Beso*, Francesco Hayez



Figura 36, *Los Amantes*, René Magritte

Photography is another discipline that does not escape the representation of this theme and artists such as Haruhiko Kawaguchi, Erica Reade or Alfred Eisenstaedt, who has one of the best-known photographs in history. Expressing feelings and

generating them in other people is somewhat complicated and even more so if it is about doing it through an image or photograph. Causing or removing something within the viewer is something truly complicated, you have to make the photograph speak for itself, without the need for text or decorations.

The approach to the image-text relationship reveals a complexity in its correspondence that is often abstract, however, it is possible to understand this relationship as a unit from which infinite links are built (D. Canales, 2022).

These photographers have treated love from different points of view, offering a different approach and feelings that the viewer can perceive. Some of the works that we highlight are the “Flesh Love” series by Haruhiko Kawaguchi, where the author plays with the space (material and figurative) of people, vacuum packing them for 10 minutes, in which they cannot breathe. In the words of Kawaguchi “Humans beings aren't' completed if they're just by themselves. It's when they come together, when they come really close that they're finally completed. That's why I pack them together” (Canal Condomania JP, 2014, 0m16s). Another of the works that we highlight is Beach Lovers by Erica Reade, who spent 7 years photographing couples on the beaches of New York, going from affectionate gestures to some more sensual ones, but always capturing intimate moments shared by couples in public spaces. , to a certain extent, claiming private spaces for displays of affection, as she herself affirms in her book "Beach Lovers Book" and that LF magazine collects in one of its publications "We are naked and exposed on the beach, stripped of our clothes, makeup and our status markers. There's something about being on the beach that encourages couples to enjoy more emotional freedom, their inhibitions less hidden than anywhere else I've observed in the city.” (“Beach Lovers by Erica Reade”, 2022). Finally, one of the best-known photographers Alfred Eisenstaedt for photographing the scene known as "VJ Day, The Kiss" (Victory over Japan, The Kiss) on August 14, 1945 in Times Square, Eisenstaedt intended to portray the naturalness of people and what happened without warning.



Figura 3, Series "Flesh love", Haruhiko Kawaguchi



Figura 4, Beach Lovers, Erica Reade



Figura 5, Kissing on VJ Day

When we think of love, we tend to fall into the stereotype of romantic love as a couple, but we must bear in mind that there are different ways of living love that is far from the norm. Love is a feeling that can be experienced towards many people and in many different ways, you can experience a maternal or family love, a platonic love of friendship or even a love that, although it seems similar to a romantic relationship, is only based on sexual relations. Love has many forms, as many as there are people in the world, so each photographer mentioned brings a vision, his or her vision, of this feeling.

2.3. Publisher's history in Spain

Avant-garde or academic, left or right, cultural magazines constitute a historical document of peculiar interest for a history of culture, especially since these collective texts were an important vehicle for the formation of cultural instances that favored the professionalization of literature. (Beigel, F. 2003)

Magazines are directly related to the entire publishing industry and, above all, to newspapers, since these were the first form they took. At first and before the printing press arose, the copies had to be made individually, assuming a very complex and long job, but, with the arrival of the printing press in the year 1440 by Johannes Gutenberg, this process was modified and got a form of mass production. Even so, it

is not until the year 1668 that we find what is considered an early version of a magazine as we know it today, *Bauline Monaths Unterredungen* (Edifying Monthly Discussions) that contained the works of Johann Rist (Bradstreet, M. 2022). However, it seems that the character of the publication was more like a book with articles than a magazine as we know it. Subsequently, *Mercure Galant* arose in 1672 in France and *Ladies Mercury* in 1693 in England, thus becoming the first modern magazines to follow a theme, in this case fashion, although they also included informative publications on current events in society. time among others (Ramiro Gómez, B. (2022).



Figura 6, *Mercure Galant*, 1672



Figura 7, *Ladies Mercury*, 1693

The history of magazines in Spain is very extensive and is marked by historical events over the years, since it has managed to adapt and maintain the story to this day. The first magazine that emerged is considered to be the "Diario de los Literatos de España" in 1737, where the authors tried, through a periodical publication, to increase the literary level of Spanish writers and thus make their works known in abroad (Fernández, J. 2017). But, it is not until the 20th century with the Franco dictatorship, that magazines played a truly important role for society, since thanks to them culture and critical thinking could be spread that managed to escape censorship, but at the same time It was also a way of educating or re-educating society through the teachings of the regime, who created their own magazines and controlled the freedom of the press.

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

The prolonged exercise of censorship causes self-censorship, intellectual castration and destroys potential vocations, at the same time that it deprives citizens of the necessary elements for their cultural formation. (Jimenez, P. 1997).

Regardless of the technological advances that occur in a country, social advances and prohibitions also mean a change in all cultural industries. And despite the fact that it seems that censorship is a thing of the past, to this day it continues to exist in Spain due to the Gag Law, although, in a much more "relaxed" way, however, this causes not being able to express oneself in such a free way, Using a certain language or talking about certain topics, above all, causes the classification of the content of this industry in different groups and this can cause the inaccessibility of the content. However, it should be noted that this issue is not seen as marked today as it was in the Franco era, thanks above all to the appearance of the Internet, which has facilitated the dissemination and accessibility of content that was previously unthinkable and, with this, also The physical market is modified since its contents are regulated in the same way, facilitating its accessibility to the population. For this reason, we must make a special mention of the appearance of the Internet and how the industry has adapted to it, both as consumers and as publishers or authors.

The way society consumes magazines has shifted dramatically and publications now face substantial competition in the form of countless social media platforms and apps. (Bradstreet, M. 2022).

The first digital publication to be produced in Spain was the Official State Gazette in September 1994 at the same time that it was printed in physical form and, since then, the use of the Internet to carry out this work has skyrocketed. It is no longer just that content is distributed in this way, but that it is only edited for a digital version, as can be the case with scientific journals. 15 years later, with the 2009 crisis, physical newspapers suffered a significant drop in sales and many of the newspapers, magazines and content that were produced in physical form moved to digital permanently. Even so, we must bear in mind that the digital world is not currently a safe bet, since there is a risk of losing the brand identity due to not knowing how to

adapt to this platform. As Fernando Montero Rodríguez affirms in his book "Marketing of newspapers and magazines" of 2005:

It is necessary to continually pace the publications to new trends and social changes. But there are times when, no matter how hard we try, social changes can make our editorial concept completely out of date. (Montero, 2005, p.190).

One of the things that must be taken into account are also the production costs of the physical versions, since magazines tend to have high costs due to the quality of the image they intend to use, therefore, the Internet has also favored the appearance of new publishers and magazines with low resources that intend to publish their own content. But, although it is true that the Internet favors the accessibility and production of content, a digital exodus has not just taken place. We must also take into account one of the most important aspects of the cultural industries and the appearance of the Internet, which is the excess of content, infoxication, which makes it difficult to consume all the content and, on many occasions, saturates the reader. ICTs are a double-edged sword in the current editorial landscape, since they are not fully committed to them or to physical publication, which limits the capacity of both and the restlessness of the sector.

The creation of digital content favors the development of this technology and, opting for it would not mean such a drastic change for the current publisher, taking into account that many of the consumers already opt for this format, especially the youngest, always taking into account they know how to enter this format. But, the current situation is very unstable and they avoid an exodus for fear of a repeat of the previous crisis. The sector must decide as soon as possible, because ICTs evolve faster than us and not adapting in time would make subsequent adaptation impossible.

2.3. Photographic magazines in Spain

"The primitive notion of the efficacy of images supposes that images possess the qualities of real things, but we tend to attribute the qualities of an image to real things". (Sontag, S. 2005)

One of the best-known phrases that exists is “a picture is worth a thousand words”, and in a way, that is how Illustrated American emerged in 1890, the first publication planned entirely with photographs. (Newhall, B. 2002). This new magazine model spread rapidly throughout the rest of the world, especially in Europe where photographic reports became very important in the 1930s. In Spain, the first illustrated magazine to emerge was Blanco y Negro in 1891, which established the bases of what would be the bases of the Spanish graphic magazine (Sánchez Vigil, J. 2008). There is also evidence of the Graphos magazine, created in 1906 with a publication directed by Antonio Escobar, where they not only published photographs as such, but also tried to teach techniques or compositions, a specialized magazine that was intended for both professionals and amateurs that allowed them to learn of it not only by symbolic images, but also by means of text. In contrast we have Nuevo Mundo created in 1894 by José del Perojo, who had a less academic purpose where he taught to create images and interpret them, but simply to enjoy them. Magazines such as Unión Ilustrada (1909), Mundo Gráfico (1911) or Galería (1930) also emerged, which allow us to understand the progress of both magazines and photography and the history of the country and even crossed borders.



Figura 8, Portada Nuevo Mundo Original 1916



Figura 9, Grafos Ilustrado



Figura 10, La unión Ilustrada

But, despite the fact that at some point these were some of the most important photographic magazines in Spain, they have not been able to maintain themselves today. However, they have laid the foundations for the following magazines, not only photographic, but cultural or general. The first magazines made based on trial and

error kept presenting the history, events or interests of the previous Spain and, above all, kept the culture. However, we can currently find a much wider variety of photographic and cultural magazines thanks, above all, to the appearance of the Internet, which encourages the consumption and distribution of this content through advertising. Some of them are:

- EXIT, which was born in 1999 with a quarterly and thematic circulation, in addition to content in both English and Spanish that has achieved that its publications are consumed internationally. In addition, it should be noted that it is intended for a specialized audience since it includes theoretical or specialized texts, not only on photography, but also on contemporary culture where the magazine aims to expose what we experience, feel and see. His publications do not focus on a specific type of photography, but rather through all existing movements of established artists and new names from around the world. All of this has helped him win awards such as the Kraszna-Krausz Foundation 2003 (London) for Best Photography Publication, and the Lucie Award 2015 (New York) for Best Photography Magazine of the Year.
- VA! It was created in 2007 as a collective project of several photographers from Valencia with the intention of exhibiting and disseminating the work of emerging authors. Unlike Exit, this is not a specialized magazine, even though it includes texts that highlight different aspects of photography, which, although they are informative, are not focused on a specialized audience, but on fans or those interested in the world of art in general. . Despite the fact that the magazine only has 4 published volumes, it is also in charge of disseminating contemporary photography through viewing portfolios, talks in educational centers or workshops.
- LF Magazine is one of the most important magazines in the country and to which they themselves define their work as "the same reality with different approaches". In their publications, they draw a theme and contact several national and international photographers of any type of genre and recognition, in order to place a collective gaze in the eye of the reader and for them to reflect on and question the topics that are dealt with.



Figura 11, Exit 69: Los cuerpos en movimiento

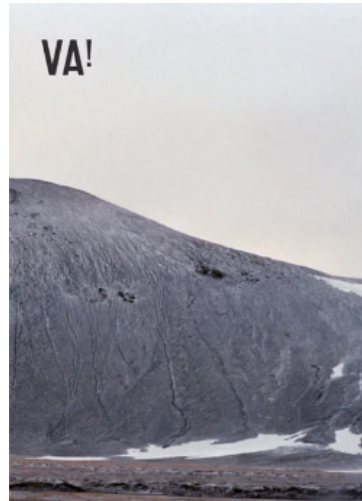


Figura 12, 11 Revista Va nº3



Figura 13, Ilustración 13LF Magazine nº9: Enloquecidos

2.4. Magazines in Spain today

There is a wide variety of magazines around the world, specialized, photography, fashion, sports... any type that we can imagine. Generally, they are usually found in kiosks or specialized stores in the physical format and through a monthly subscription in the digital format, which allows their acquisition in a more direct way and, in addition, there are magazines that can be purchased for free (generally in format digital), which are also usually the first numbers to get closer to new readers. The problem lies in the aforementioned infoxication, since there is such a wide variety of magazines (as well as any other type of product from the cultural industries), that purchasing and learning about them is often impossible. Just as we cannot know all the magazines that exist, we cannot know how many magazines there are in Spain either since there is no exact data, but the *elEconomista* page makes a ranking of Spanish companies, where they have collected all the magazines that have deposited their financial statements in the Mercantile Registry and, in 2021, a total of 292 magazines were registered. (Ranking of Companies in the Sector 5814, 2021).

This only gives us an idea that there are many and very varied magazines, since the main positions are divided between the tabloids and the general information press, so consumers in Spain follow a much more traditional consumption model and forget about the other formats such as specialized or photographic. Below we have made a

table on the Spanish companies with the highest sales in 2021. (Ranking of Companies in the Sector 5814, 2021).

Company name	Billing	Information
Hola SL	57.903.323	Weekly magazine specializing in celebrity news
Unidad Editorial de Información General	43.786.993	Editorial group of magazines such as TELVA, Yo Dona, Actualidad Económica, Fuera de Serie and La Lectura
RBA Revistas SL	43.215.484	Publishing group of magazines such as National Geographic, Historia y Viajes, El Mueble, Patrones, El Jueves or Saber Cocinar, among others.
Hearts España SL.	39.533.355	Editorial group of magazines such as Elle, Cosmopolitan, Esquire, Bazaar, Fotogramas or Men's Health among others.
El Periodico de Catalunya SL	31.801.065	Autonomous daily news magazine

Although these are not the best-selling magazines in Spain, but the companies that bill the most, so there are companies whose billing lies in international magazines, such as RBA or Hearts Spain. For this reason, we have made a table of our own elaboration in which the best-selling magazines in Spain at a national and international level are found, based on the ranking provided by AIMC (Association for Communication Media Research).

Magazine name (International)	Readership (in thousands) per month
National Geographic	1.778
Vogue	1035
National Geographic History	946
Travel National Geographic	911
Elle	604

Magazine name (National)	Readership per month
Saber Vivir	708
El Mueble	571
Fotogramas	519
Cosas de Casa	405
Viajar	346

One of the most noteworthy things is that the best-selling magazines tend to be generalist, such as those mentioned in the table above, magazines that, although they increase the number of sales, are not included within cultural ones, such as photographic ones, therefore, the consumption rate of both is very different. According to a report from the Ministry of Culture and Sports on cultural habits and practices in 2021 and 2022, the difference is only 2.3% between people who have read a cultural and a non-cultural magazine at least once a month. However, we must also highlight that the consumption rate of both cultural and non-cultural magazines has had a drastic change. Below, we have included a table of our own elaboration in which the change in the consumption rate is seen from 2006 to 2022.

Lectores de revistas por lo menos una vez al mes

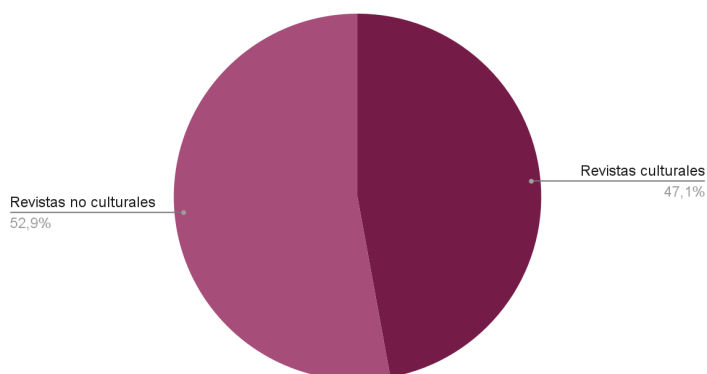


Figura 41, Magazine readers at least once per month, own elaboration

y Revistas no Culturales

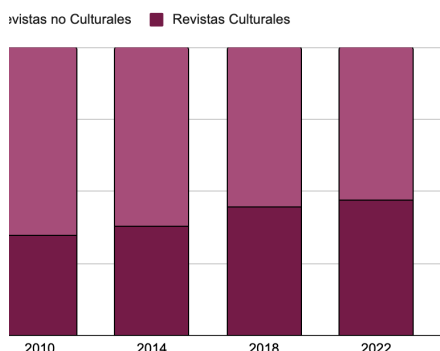


Figura 40 Cultural magazines and non cultural magazines, own elaboration

Consumption rate of cultural magazines at least once a month		Consumption rate of non-cultural magazines at least once a month	
--	--	--	--

2006	15'2%	2006	33'9%
2010	17'7%	2010	32'8%
2014	20'6%	2014	33'4%
2018	22'7%	2018	28'1%
2022	18'9%	2022	21'2%

We must bear in mind that these data are not exact since they are carried out through a survey by the Ministry of Culture, which, although it cannot show the consumption of cultural magazines in an exact way, we can observe an idea of it. We see how since 2006 cultural magazines have seen a change in terms of the number of readers, always on the rise, except in this last year that has been drastically affected by the pandemic. However, in contrast, we can observe how generalist magazines have had a significant loss of readers since 2006, also partly due to the reading format of these magazines, since they used to be carried out in a physical format.

3. Reference framework

3.1. Photographic referents

3.1.1. Chema Madoz

José María Rodríguez Madoz is a Spanish photographer who combines elements of reality to generate original and distinctive concepts. His photography is within the conceptual spectrum and through everyday elements he creates photographs that convey a specific idea far from the intrinsic meaning of the objects that are the protagonists of the image.

His work can be considered as that of a sculptor and poet who works from the viewfinder of a camera, since his works lead to visual paradoxes, specifically: "Madoz has known how to photographically sediment his metaphorical visions" (Castro Flórez, 2008: 1). They are black and white photographs that apparently seem to have a simple composition, however, his work consists of appreciating the entire work as a whole, from the ideation to the composition, everything is done on purpose, to which the influence of surrealism can be observed. , since this was defined by André Bretón as «Pure psychic automatism, by which it is proposed to express the real functioning of thought. The dictation of thought, in the absence of all control exercised by reason and outside of all aesthetic and moral concerns.» (Breton, A., 1924). What extracts Madoz from this movement is the use of photography as a work in itself, not to document his physical work, since for Madoz photography has the power to ontologically certify the truth of the object, rather than when the object itself is shows and exhibits, which also distances him from documentary photography, since his photographs, as we have mentioned before, have a specific staging and their objective is not related to the documentation of reality, but rather to play with reality. viewer's mind. Ernst Gombrich, in his famous essay *Art and Illusion*, reflects on the magical condition of the image, and how it gains our attention and trust:

*Do we really think that the picture on the wall comes to life? The question does not admit a clear answer, just as none of those questions referring to symbolism does. Edwyn Bevan said in his book *Holy Images*, "We are more aware today*

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

than ever before, "that the mind of man functions on various levels, and that, beneath an articulated intellectual theory, a belief incompatible with that theory may subsist." , closely connected with unconfessed feelings and desires. (Gombrich, 1998, p. 96)

However, Madoz's work has a unique and universal language, always in analogue and he always works with natural light and in black and white with a minimalist and still life-like aesthetic. With this we can see that, with a minimum work team, he can create works that go beyond representation, since there is always a double reading in his images. All these qualities are not random, they all have their purpose, like black and white, where Madoz works in this range of colors in order to differentiate his work from reality itself. Also, in his early stages as a photographer where he experimented to find his style, human figures appeared, although these have no leading role, as they are part of the photographic canvas to form a whole image.



Figura 14, Chema Madoz



Figura 15, Chema Madoz

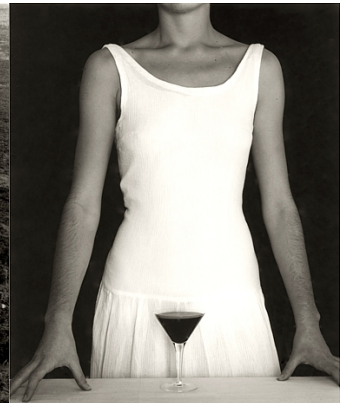


Figura 16, Chema Madoz

From these experiments, in the 90s, Madoz began to become increasingly interested in objects and their versatility until he found his style, which only focuses on objects and their ability to transform, manipulating reality to show another symbolic truth.

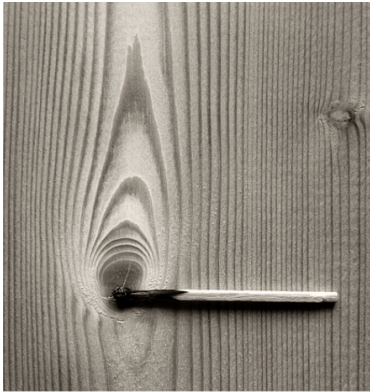


Figura 17, Chema Madoz

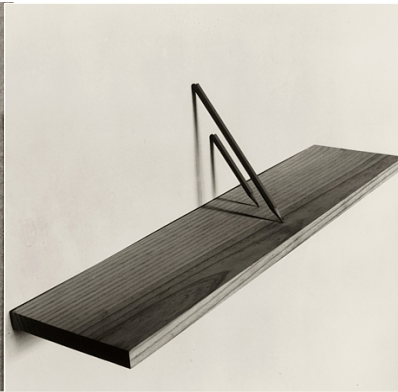


Figura 18, Chema Madoz



Figura 19, Chema Madoz

Madoz's conception of objects also evolved, as he began by photographing everyday objects and now he created them himself, adding the sculptural element to his works, but always with a photographic intention. For this reason, the background used has also changed, since he began to use neutral backgrounds to be able to better appreciate the object of the image –when previously he photographed them in environments where it was common to find them– thus creating a perception of timelessness since there were no elements from outside. The monochrome of their photographs has led them to classify them as sad, cold, melancholic, since any iota of emotion and expression of feeling is removed.

3.1.2. Leila Amat

He was born in Spain in 1987 and began in the world of photography as a way of putting his entire being on paper. At first, she had no idea about this field, since she is a language and literature teacher, but she explored until she found her style, which we can say belongs to contemporary photography.

Her work consists of self-portraits, both in her strengths and in her weaknesses, as she has had several depressions that have inspired her for these photographs, a life full of both positive and negative events, love and heartbreak, everything is reflected in her photographs. and their texts. In addition, he prefers to work alone. She herself, in an interview conducted by Mónica Vidal, establishes a structure in her work: "I think

that in my photography there are three stages: the first, to BN, very intimate, sad and grotesque, between four walls, the second, with the Photoshop entrance to my life, very plastic and the third, with the exteriors.”

The techniques she uses are quite simple, since she does not have very elaborate equipment since her magic is worked on in post-production and, in terms of lighting, she uses above all-natural lighting, because she is passionate about it. Her photographs are thought out to the millimetre, since the idea occurred to her until the last edition, she is not in favor of pressing the shutter and what has to come out will be, in fact, if she sees a series of similar photographs the idea ends up exhausting her, for think carefully before doing it, sometimes the process is more laborious and other times it is unexpected. An example would be with her photograph Queen of the Marshes, which took years to get the result she wanted because she had a very specific idea, while Km 284 was captured in an instant.



Figura 20, Reina de las marismas, Leila Amat



Figura 21, Km 284, Leila Amat

Her photographs carry a much deeper message than mere aesthetics and that is that, through the portrait of her own life and experiences, she transmits social concepts such as abuse, since she has been a victim of gender violence, activism and self-esteem. These last two are somewhat linked, since part of her activism is related to the nudes in her works, which are censored on social networks and, furthermore, it is also a reflection for those who reject the nude, since photography is a mirror and everything you see in it that generates rejection, is something that you reject from yourself.



Figura 22, *¿Cómo estás?*, Leila Amat

Figura 23, *Two souls, your majesty*, Leila Amat

On the other hand, it should be noted that, for the lighting, we have been largely influenced by the project *Luz Barroca* by Javier Jimeno, which uses a hard and marked light together with a dark background, creating the characteristic contrasts of the baroque. In this project he addresses mythological and religious themes with a pictorial aesthetic that makes the photograph really look like a baroque painting.



Figura 24, *Luz Barroca*, Javier Jimeno



Figura 25, *Luz Barroca*, Javier Jimeno



Figura 26, *Luz Barroca*, Javier Jimeno

3.2. Editorial referents

3.2.1. Visuals

The search for external visual stimuli during the design process is a very recurring activity as a source of inspiration among designers of different specialties, as well as being considered a crucial step in solving design problems. The process of analysis of visual referents implies a processing of information that provides knowledge to the designer and, therefore, constitutes a learning process (Valdés & Rodríguez, 2017). There are numerous magazines and media in which to find a reference to cover a visual or aesthetic style that suits the tastes of the creators of the project, trying to reach an audience that is also sympathetic to that chosen style.

Some examples of visual references that we have taken into account to develop our project are, among others, PAP Magazine, a digital magazine based in Milan. Its issues deal with young and creative fashion photography, as well as content on art, beauty and fashion. It has individual creators as well as numerous contributors throughout its publications. It has an urban and youthful style that transmits novelty and freshness, while it seeks to convey numerous feelings that depend on the viewer, but mainly evoke chaos and anguish, in others happiness, depending on the number and the artist they deal with.

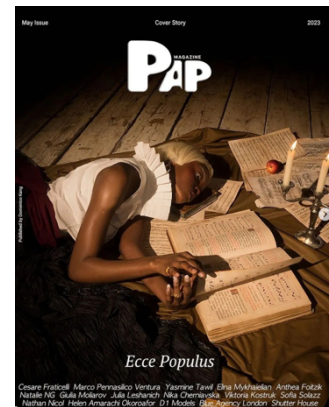


Figura 27, PAP Magazine

3.2.2. Thematic

Regarding thematic references to take into account for the development of this project, we can find large magazines that do not serve as an example. Among others, DARDO Magazine is a magazine focused on our country, Portugal and Brazil, published twice a year that focuses on the dissemination and analysis of contemporary artistic practices, architecture and design. "The intention is to inhabit that resonance to apprehend the echoes of some disciplines in others, almost as a shared, reflective and concentrated reflection" (DARDO Magazine, 2019).

Another example is the PDN magazine, Photo District News, it is a magazine that covered the professional photography industry for more than three decades. It was published both physically and through a website. This magazine did news and



analysis, as well as interviews and offered information for those photographers who needed such information to succeed in a competitive market. In addition to offering advice on photographic techniques and new technologies. They explore the work of many emerging artists, photographers and talents, which is why we consider it a benchmark for our project, since we, in the rest of our production, intend to give space to emerging artists to give them visibility.

Figura 28, PDN

3.3. Artists referenced in the work

One of the limitations we have when creating this magazine is the novelty of the ideas. That is to say, there are magazines on the same theme, there are better established artists who have dedicated their careers and a large part of their lives to the style of photography that we do as Chema Madoz, there are similar stories or with a similar theme in other types of arts such as painting or sculpture, there are countless references that limit us when making this magazine, but at the same time, help us to represent the ideas we have in mind. It helps us to fill our popular imagination and to know how to value and express our ideas and feelings so that we can create a magazine that is as sincere as possible, a magazine that brings together artists who inspire and motivate us or even myths that we all know. That is why we believe it is important to dedicate a space to referencing those works, myths or artists that have helped us to experiment in our imagination and, above all, to make it a reality.

In order to express our imagination to the maximum, we have acquired knowledge in different arts, such as conceptual or surreal photography, artistic movements such as performance, dance or baroque art. All this, combined with all our cultural baggage that has allowed us to experiment in many disciplines.

Contemporary art is very broad and allows you to explore many aspects of popular culture, explore with new techniques or with your own body. In the 1960s / 1970s, a new art model was popularized that tried to fight against academicism, against the genius and perfection that was previously tried to be achieved. With this, conceptual art arose, which privileged components over processes (Consuegra, C. B. 2014), which allowed everyone to reflect on art and you should not understand it just by looking at it. It is in this way, that conceptual art allowed not only to understand art, but also to create it independently of the knowledge in the matter, therefore, it was allowed to experiment first-hand until achieving what is called *performance*.

“Art no longer supplies our habitual needs with the satisfaction that other peoples have sought and found. Our needs and interests have shifted to the sphere of representation and, to satisfy them, we must resort to reflection, thoughts, abstractions and abstract and general representations. Art itself, as it is today, is destined to be an object of thought.” (Hegel, Friedrich, 1994, p.37)

On the other hand, we must also mention two sculptures that appear referenced in our works due to their symbolism, on the one hand Eros and Psyche, and Apollo and Daphne.

Both *Eros and Psyche* and *Apollo and Daphne* are sculptures that have served as inspiration for this project. On the one hand, we have to take into account the story behind both photographs, which are mostly the ones that have inspired us the most when making and reinterpreting our own, but also because of the iconography of the sculptures.

On the one hand, we find that the myth of Eros and Psyche is a representation of pure and loyal love, to such an extent that the work is also known as *Psyche revived by the kiss of love*. The myth narrates how Eros is sent by Aphrodite to arrow Psyche with the most horrible and evil man in the world, due to the envy that she had for her beauty, however, it is Cupid (Eros) who ended up arrowed by her and throws the arrow to the sea Eros hides his beloved in a cave making it impossible for her to see her face, however she lit a lamp to see her face, with the bad luck that a drop of boiling oil fell on Eros's face, causing him to abandon Psyche, who he advanced to hell until he got a box of stygian sleep falling into a coma. Eros wiped the sleep from her eyes with a kiss and promised never to leave her. (Bolaño, E. 2016)



Figura 29, Eros y Psique

For us this is a clear reference to pure and lasting love, a representation of how love "can handle everything", how you can have a future with the person you love even when you have handicaps. Our representation wants to allude to this, to love in its purest state, to the complicit glances of the couple, to the moment before the storm in which you are capable of risking your own life to recover your loved one.



Figura 30, Apolo y Dafne

However, the myth of Apollo and Daphne is the opposite, it is the representation of rejection and fear. Apollo was cursed by Eros by shooting him with a golden arrow making him fall in love with Daphne, who was shot by a lead arrow, which made her feel fear and rejection towards Apollo. Following Apollo's insistence that they be together, Daphne sacrificed her own body to become a tree to escape Apollo's pressure. (Chacón-Palomares, M. 2018). This work

serves as a reference for different aspects, firstly, because we wanted to portray the idea of rejection in the same relationship, to such an extent that you want to run away from it, we wanted to portray how a love that had previously meant everything, can become raw and ugly to the point of sacrificing your own life. Unlike Eros and Psyche, this representation is the storm, it is the waste of the relationship, it is the betrayal of one's mutual feelings, it is the loss of self.

4. Argumentación sobre las decisiones discursivas

Las revistas constituyen un medio para expandir información de cualquier tipo, ya que son un medio de difusión. En nuestro caso, hemos decidido realizar una revista centrada en dar voz a artistas emergentes de todos los campos, desde pintores y escultores hasta grafiteros o fotógrafos. Se trata de un trabajo editorial y un proceso de creación de una revista especializada desde el planteamiento hasta el producto tangible preparado para la distribución. La idea consiste en contactar con distintos artistas de diferentes sectores artísticos para acordar un trabajo específico, dentro de su campo, realizado expresamente para nuestra revista, es decir, no consiste en mostrar el trabajo ya realizado por este, si no en la creación de nuevo contenido para así trabajar conjuntamente con el artista.

Con este proyecto, concretamente, pretendemos reflejar todo el proceso que conlleva la realización de una revista de este calibre, desde su ideación hasta su lanzamiento, ya que realizaremos el primer número de la revista para mostrar y comprender dicho desarrollo. Este consta de una sesión fotográfica conceptual y, siguiendo el requisito de dar voz a artistas emergentes, las autoras en este caso somos nosotras mismas. Se incluirán la portada y contraportada, la sesión fotográfica realizada expresamente para el lanzamiento de este número y el texto correspondiente acompañando a cada fotografía, pues la idea es crear una historia corta para cada una y que, a su vez, estén relacionadas entre sí manteniendo el objetivo de la sesión fotográfica: transmitir un sentimiento, una idea. Cada número de la revista consistirá en el trabajo específico del artista con el cual colaboremos, es decir, el próximo número no tiene por qué ser otra sesión fotográfica, si no que el contenido se adaptará dependiendo del campo en el que trabaje el colaborador.

Para la creación de la revista se tendrán en cuenta diferentes factores, como la existencia de otras revistas especializadas en España y las referencias fotográficas de artistas cuyas obras han marcado nuestro imaginario. La revista busca ser original y llamativa, atractiva para nuestro público objetivo y con un lenguaje fresco, actual y sencillo.

El primer número que vamos a realizar, *180°*, consiste en el reflejo del deterioro que sufre una pareja a lo largo de la relación a causa de la falta de comunicación y atención. Por eso mismo, *180°* muestra una serie de fotografías que transmiten esas emociones. Para la realización de dicha sesión nos hemos centrado en la fotografía contemporánea, específicamente en la fotografía conceptual, pues nuestro objetivo principal es transmitir una idea en base a una imagen, en este caso un conjunto de imágenes, utilizando algunos elementos referenciados durante el marco teórico como el juego del contraste de luces para enfatizar puntos específicos como Javier Jimeno y marcar una gama de colores limitada como Madoz, el uso de la edición en postproducción para añadir elementos clave que conectan todas las fotografías y representaciones directas de esculturas que tratan aspectos románticos, tanto positivos como negativos. Para ello, se han escogido dos modelos femeninas para representar esta pareja ya que el concepto de relación amorosa no está encasillado únicamente a la heterosexualidad, además de que queremos dar más voz al movimiento LGTBQ+ al estar tan relacionado con nosotras y con la generación Z.

5. Producción Artística

5.1. Preproducción

5.1.1. Nombre de la revista

Todo proyecto necesita un nombre que lo represente y, aunque no siempre necesita tener un significado detrás, suele tener un trasfondo relacionado con los objetivos, intereses y/o conceptos que trate dicho proyecto. En nuestro caso, ya que nuestro concepto para este trabajo va dirigido a las generaciones actuales, hemos decidido llamar nuestra revista *Rizz*, un término utilizado actualmente por la comunidad angloparlante para referirse a la capacidad y originalidad a la hora de ligar. Por eso mismo, hemos querido relacionar esta expresión con nuestro contenido, pues se adapta a la situación que intentamos reflejar y, de la misma manera, es un nombre de corta longitud, por lo que es más fácil penetrar y permanecer en la memoria de nuestros consumidores causando un mayor impacto, lo que puede reflejar mejores resultados. Además, al tratarse de una expresión popular actual, la expansión de esta tiene más posibilidades, pues hay más probabilidades de causar interés. Cabe destacar que decidimos utilizar una terminología inglesa debido a su facilidad de pronunciación y que, además, puede tener mayor alcance al tratarse del idioma más

hablado del mundo –como primera y segunda lengua–. (Ethnologue, 2022). También relacionamos el significado de la expresión con el concepto de nuestra revista, pues es una forma de transmitir las capacidades de cada artista a nuestros consumidores, una manera de persuadir al lector y sumergirlo en el campo del artista correspondiente en cada número.

Por otro lado, el nombre del primer número de la revista es *180°*, pues la idea de este, como hemos mencionado anteriormente, consiste en el reflejo de dos puntos de vista de una misma relación. Por eso mismo, *180°* refleja esta idea, las vueltas que puede dar la percepción de una misma relación.

5.1.2. Logotipo

	<p>Hemos escogido la tipografía <i>Avegra Regular</i> ya que es muy simple y sencilla para su correcta lectura. Sin embargo, hemos modificado su inclinación para que se adecúe un poco más a nuestro concepto, y de esta forma simular el significado de la propia palabra que hace alusión a la acción de inclinarse hacia la persona con la que estás ligando.</p> <p>En cuanto a los colores, nuestro logo principal dispondrá del color rojo, ya que es más llamativo y se adecúa mejor a nuestros gustos. Sin embargo, tenemos otras dos variaciones que utilizaríamos cuando el color principal no combina con la portada escogida, una en blanco y otra en negro ya que son los colores predeterminados y que son los que mejor combinan con los demás. Aún así, si la situación lo amerita el logo puede</p>
---	---

	sufrir variaciones tanto estéticas como tipográficas para ir en sintonía con el proyecto en cuestión.
--	---

5.1.3. Público objetivo

Nuestro público objetivo es muy amplio y variado, aunque está centrado principalmente en aquellas personas que estén interesadas en el arte en cualquiera de sus formas, tanto como consumidor como creador, personas que quieran ampliar sus horizontes y descubrir nuevas tendencias, obras o artistas. Siempre jóvenes de entre 15 y 25 años que estén empezando o que ya tengan una carrera profesional formada, pero principalmente, personas que quieran darse a conocer en el sector artístico.

Pese a que nuestro objetivo es agrupar la cultura popular de la generación Z, nuestro público objetivo no son solo todos los pertenecientes a la misma, sino que también buscamos un público más interesado y relacionado con el arte, con un rango de edad de entre 15 y 25 años. Además, la propia estética de la revista ya conduce a un estilo determinado relacionado con la estética urbana, aunque esta puede variar si el número que se trabaje así lo requiera. Por último, destacar que, pese a que tenemos un público objetivo establecido, el consumidor final se puede ver determinado por el artista con el que se colabore en cada número, ya que cada artista tiene su estilo y, por ende, un público más específico, por lo tanto, consideramos que cada número puede tener un alcance diferente independientemente de nuestro público objetivo.

Con este primer número de la revista queremos alcanzar precisamente a nuestro público principal, ya que escogimos un tema y una estética que se integra con los jóvenes y sus gustos, pues este tipo de situaciones como son el amor no correspondido y el deterioro de una relación, se dan más durante esas etapas, por lo que consideramos que era un tema candente para protagonizar nuestra primera publicación.

5.1.4. Presupuesto


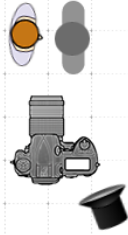
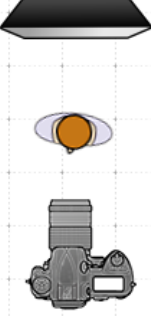
Para la realización del presupuesto para este proyecto se van a tener en cuenta todas las herramientas actuales que nos ofrece la propia universidad y las nuestras propias para ahorrar gastos, así como la impresión del primer número, *180°*, en físico. Además, la localización empleada para la sesión tampoco supone gastos ya que consiste en una vivienda propia. En cuanto al atrezzo, la gran mayoría de este es prestado, como el arco y las telas para el fondo, pero todo aquello que no teníamos lo compramos o lo hicimos a mano, logrando así no sobrepasar los 30€.

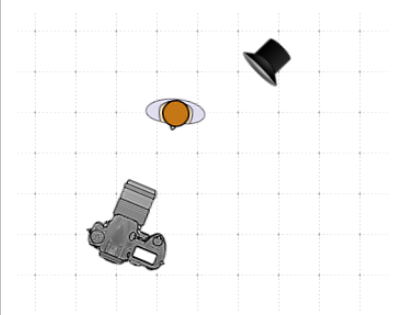
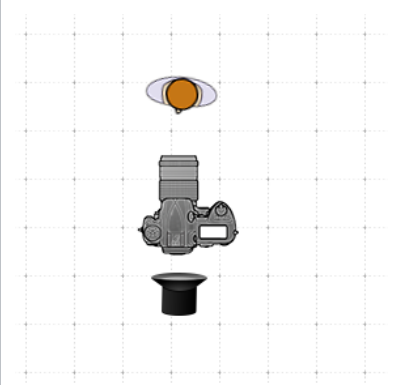
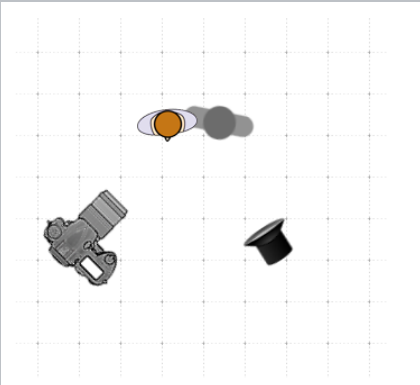
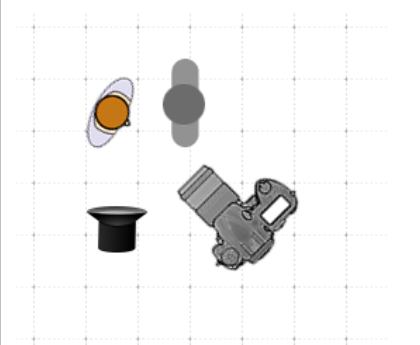
En cuanto al equipo humano, las fotógrafas somos las autoras de este proyecto, por lo que el coste es 0. Por otro lado, a las modelos se les pagará el transporte y la dieta del día de la sesión, ya que ambas accedieron a colaborar con nosotras bajo estas condiciones.

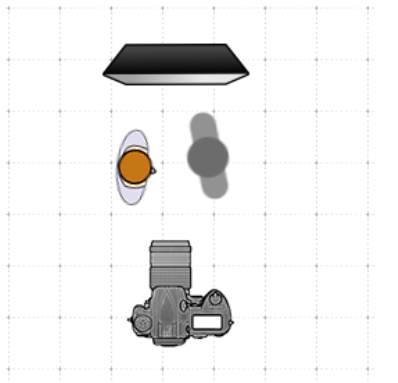
De este modo, en el mercado real, en lugar de comprar el material fotográfico, lo alquilaríamos por día para conseguir un presupuesto más reducido hasta obtener los ingresos necesarios para suplir la obtención de nuestro propio material. Así, el alquiler de una cámara Canon 5D Mark IV tiene un coste de 60.50€, el Objetivo Canon EF 50mm F/1.8 STM cuesta 36€, el Panel Led para fotografía –en nuestro caso dos–, ascienden a 18€. Además contamos con el paquete de Adobe que se trata de los programas de edición Photoshop, Adobe Illustrator y Adobe InDesign que tienen un coste de 290€/año. Hay que tener en cuenta en nuestro presupuesto el coste de la impresión de las revistas que se tratará de 576,93€ en total, lo que se especifica más adelante, y el alquiler de un estudio de fotografía para realizar la sesión, el arrendamiento del cual sale por 15€/hora.

Así, el coste total del material necesario para la realización de nuestro proyecto asciende a la cantidad de 1.101,43€ aproximadamente. En nuestro caso concreto, como ya hemos dicho anteriormente, conseguimos el material de forma cedida por la Universitat Jaume I, por tanto el coste de todo el material y de los programas para la postproducción están subsanados por dicha entidad.

5.1.5. Planos planta

Fotografía	Plano Planta	Descripción
Portada: Eros y Psique		Luz trasera y angulación ligeramente picada.
Contraportada: Apolo y Dafne		Luz lateral y angulación contrapicada.
El amor es ciego		Luz frontolateral y angulación normal.
Ardiendo		Luz trasera y angulación contrapicada.

Fotografía	Plano Planta	Descripción
Hanahaki		Luz trasera y angulación contrapicada.
Los enamorados		Luz frontal y angulación picada.
Arrastre		Luz frontolateral y angulación normal.
Volver a ser lo de antes		Luz lateral y angulación normal.

Fotografía	Plano Planta	Descripción
Extirpar de raíz		Luz trasera y angulación ligeramente picada.

5.2. Producción

5.2.1. Equipo fotográfico utilizado

El equipo que hemos utilizado para la realización de esta sesión fotográfica está formado por:

	Canon 5D Mark IV
	Objetivo Canon EF 50mm F/1.8 STM

 A black Canon 30mm F/1.4 lens with a lens cap removed, showing the front element. The lens has a textured ring and a small white mark on the front element.	<p>Objetivo Canon 30mm F/1.4</p>
 Three Adobe software logos: Photoshop (Ps) in blue on a dark blue square, Illustrator (Ai) in yellow on a dark red square, and InDesign (Id) in pink on a dark red square.	<p>Programas de edición Photoshop, Adobe Illustrator y Adobe InDesign.</p>
 A black LED light fixture with a handle, a silver reflector, and a power cord with a standard electrical plug. The brand name 'RIANDA' is visible on the side of the fixture.	<p>Foco Led</p>

5.3. Postproducción

5.3.1. Vías de difusión

Al tratarse de una revista en físico, el principal medio de difusión sería a través de nuestra página web, a través de la cual se podrán comprar los números publicados, sin embargo, también se ofrece la posibilidad de adquirir la revista mediante una suscripción mensual. Además, también nos incorporaríamos en el servicio de *Stack*, una editorial que trabaja con revistas independientes donde puedes adquirir de manera aleatoria una revista diferente y poco conocida cada mes, una opción perfecta para nosotras debido al poco reconocimiento que tendríamos en un comienzo. Por último, consideramos que otra de las formas de difusión es por medio de kioscos, bibliotecas y establecimientos como bares, cafeterías y estudios de fotografía, ya que, aunque es una revista independiente, consideramos que su contenido puede ser atractivo y nos gustaría ofrecerlo al público de manera gratuita ya que, aunque con esta medida no nos beneficiemos de manera económica, consideramos que puede ser una forma de que conozcan y se interesen en nuestro trabajo.

Otra vía de difusión de la revista y su contenido es mediante las redes sociales tales como *Instagram*, *Twitter* y *Tik Tok*, pues son un medio actual muy utilizado y eficaz a la hora de promocionar y expandir contenidos, ofreciendo así un mayor alcance. Se prestaría especial atención a *Instagram*, pues es la red social que va más acorde con la filosofía de nuestra revista ya que su principal función es la publicación de fotografías. Aún así, no se deben descuidar las otras redes sociales, puesto que *Twitter* permite una fácil difusión de tu contenido si llega al público correcto mediante los *retweets* y, por otro lado, *Tik Tok* es hoy en día una de las redes sociales más virales con una gran variedad de contenido y donde es más fácil alcanzar a nuestro público objetivo, pues el algoritmo de la propia aplicación organiza y difunde el contenido según los gustos de cada consumidor. Además, el mundo de las redes sociales nos permite relacionarnos con distintos artistas y entidades que compartan nuestro estilo o intereses de forma remota mediante etiquetas o menciones en las publicaciones. Así, el contenido de cada red social no ha de tener el mismo formato, pues cada una funciona de determinada manera, lo que funciona en Instagram no tiene por qué funcionar de la misma manera en las demás plataformas y viceversa,

por ello se ha de adaptar al estilo de cada una. Aún así, el contenido de todas nuestras redes sociales deben mantener cierta sintonía entre sí para mantener un estilo en común y fácil de relacionar con nuestra revista.

5.3.2. Maquetación

Cada fotografía constará, como hemos mencionado anteriormente, con un texto corto que la acompaña, aportando mayor significado expresivo, por lo que es más conveniente apreciar la obra en conjunto.

El orden de las fotografías es hecho a propósito, donde utilizamos posiciones clave para una mejor comprensión del concepto del proyecto, pues se comienza con ambas personas agarrándose las facciones de la cara dando a entender la extracción de estas, mostrando así el dicho el amor es ciego aun si eso significa desgarrarte el rostro para que, posteriormente, una de las personas aparezca en las siguientes fotografías sin ojos. La segunda hace alusión a la progresión de la consumición de una vela y cómo esta te puede quemar si no tienes cuidado. La siguiente es una referencia a la performance de Marina Abramovic mencionada anteriormente. La cuarta fotografía es una representación de una condición ficticia conocida como Hanahaki, donde aquel que sufre de un amor unilateral tose y vomita pétalos de flor, dando a entender que el amor de la pareja ya no es el mismo, no se quieren de la misma manera. Las fotos situadas en el centro de la revista consisten en una carta del tarot *Los Enamorados* que, vista del derecho, es una carta que indica la unión de una pareja pero que, si sale al revés, representa la falta de armonía y desalineación de los sentimientos en una relación. Así, utilizamos la posición central de estas para mostrar ambas, dando a entender la falta de comunicación, pues para un lado de la pareja la relación es sana mientras que para el otro es tóxica. Con la séptima foto queremos representar el miedo al compromiso, el sentimiento literal de sentirse atrapado y preferir cortarte un brazo con tal de liberarte. La última foto consiste en la extracción literal del hilo rojo del destino, dando a entender el rechazo que se les ha sido asignado. Para finalizar, utilizamos una contraposición de la portada, siendo estas representaciones directas a las esculturas de Eros y Psique como portada y

Apolo y Dafne como contraportada, utilizando sus respectivos mitos como referencia para representar una relación romántica y una forzada.

Textos

Portada. Eros y Psique

Mirarla era cautivador. Habría bajado hasta el mismísimo infierno si me lo pidiera, sin importar nada más. ¿Esto es amor en su máximo esplendor? Es tan intenso que solo siento cómo me destruye, no sé si pueda continuar esta lucha de amor y confianza.

Primera foto. ¿El amor es ciego?

¿Qué pasa cuando tienes tú el poder, cuando tienes que tomar una decisión pero tus labios están sellados? No puedes enfrentarte a tus sentimientos, no puedes enfrentarte a ti mismo. ¿Qué pasa cuando la otra persona lo deposita todo en ti? Cuando deja que le guíes hacia lo que espera que sea idílico, pero en realidad no lo es. Intentas decir algo pero es imposible, ¿cómo va a ser capaz de aceptar algo que ni tú misma aceptas?

Segunda foto. Ardiendo

Quemarse, arder por no poder salir de una tediosa rutina que me asfixia como cuando inhalas humo tóxico, que te ahoga y no puedes respirar. Notas el dolor y solo quieres huir pero a la vez sufres por no poder devolver el amor que la otra persona te da. ¿Hasta cuándo seguirá así? Solo quiero acabar con este tormento causando el menor daño posible, pero cada día que pasa me destruye un poco más.

Tercera foto. Hard Energy

Querer es difícil, es confiar plenamente en la otra persona sabiendo que no te traicionaría, es ponerte delante del cañón asumiendo el riesgo. Ya no eres tú el único capaz de dañarte, sino que compartes el riesgo. Pero querer también es fácil cuando sabes que el otro también se pondría en primera línea, ¿verdad?

Cuarta foto. Hanahaki

Esto no puede estar pasando, tiene que ser un error, un juego del destino, una broma pesada. Me estoy muriendo por dentro. Siento los pulmones encharcados, como si mi flor se hubiera marchitado por completo, me está consumiendo. Pero tiene que ser un error, porque la enfermedad solo aparece en amores no correspondidos y estoy completamente segura de que nada de lo que hemos vivido es mentira, entonces por qué. ¿Por qué el destino parece jugarme una mala pasada cuando todo iba perfecto?

Quinta y Sexta foto. Los Enamorados

Ya no había punto medio, la última carta se había destapado y nadie saldría ileso de aquí. Nuestras cartas no estaban alineadas, ¿por qué estaba del revés? Su carta no coincidía con sus palabras, no coincidía con sus acciones, su carta no la representaba, ella sí me quiere. Tenemos que jugar otra vez, tenemos que jugar hasta ganar.

Séptima foto. Arrastre

Así no es como se siente el cariño, sé cómo es, conozco su sensación y cómo transmitirlo y, definitivamente, esto era todo lo contrario. Lo había llamado compromiso, pero es lo más cercano a una cárcel que he visto nunca.

Octava foto. Por qué

¿Por qué no soy capaz de alejarme? ¿Por qué me resulta más fácil arrancarme el brazo antes que separarme de ella? ¿Por qué sigo aceptando todo esto? ¿Por qué siento que es mi culpa? Solo, ¿por qué?

Novena foto. Volver a ser lo de antes

¿Sabes cuando algo es tan bonito y adorable que te dan ganas de aplastarlo y estrujarlo con mucha fuerza? Pues a veces esas ganas nos comen por dentro, nos quema, nos apuñala, ya no tiene el mismo significado, se te va de las manos y lo desgarras, dejando así de ser tan precioso. ¿Cómo hago para que vuelva a brillar? ¿Acaso es posible?

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

Décima foto. Extirpar de raíz

Conectadas desde nacimiento por un hilo, ¿del destino? ¿Aquel que por mucho que se estire jamás se romperá? Nuestro destino está condenado, tan enredado que lo único que nos queda es arrancarlo y esperar a que se nos dicte sentencia. Si el destino había decidido jugar conmigo, yo me iba a encargarme de jugar también.

Contraportada. foto. Apolo y Dafne

Si no es correspondido solo puede destruir. El amor puede traer cosas increíbles y maravillosas, pero a veces es devastador. Un amor no correspondido solo causa dolor. Deben estar en la misma sintonía, con una intensidad análoga para que no se produzca el temido desamor que hiere como una flecha atravesada.

Para ver la maquetación final ver [anexo 3](#).

5.3.3. Publicación

Nuestra revista está pensada para ser publicada cada dos meses, ya que consideramos que es la opción más factible teniendo en cuenta las herramientas de las que disponemos y el trabajo colaborativo que conlleva nuestra revista. Por eso mismo, antes de la publicación oficial del primer número necesitaremos tener los próximos planeados para poder cumplir los plazos determinados.

Para el lanzamiento de nuestras publicaciones hemos optado por utilizar una imprenta online, *4Graph*, la cual ofrece lo que consideramos unos precios razonables acordes a nuestro presupuesto. El formato que emplearemos es de DIN A5 (148mm x 210mm) ya que consideramos que nuestro contenido es más compatible con este tamaño y, además, es un modelo más portátil y cómodo. En cuanto al papel, utilizaremos papel estucado brillante, puesto que para las fotografías se recomienda este tipo de papel con brillo para destacar las imágenes y, además, el gramaje de este también ha de ser más grueso que el estándar, por lo que utilizaríamos un gramaje de 170 gr, aunque la portada contará con un gramaje de 300gr para aportar más formalidad y estética al

modelo. Para finalizar, la encuadernación que usaremos es la grapada, un estilo clásico el cual se ciñe a nuestras necesidades, ya que es el modelo que más se emplea para estos formatos y, al ser números cortos, consideramos que es el formato que mejor se adapta a nuestros gustos. Con todos estos detalles, los precios que nos ofrece dicha imprenta son de 543,47€ por 400 copias, ya que nuestro plan de distribución consiste en repartir 10 copias a 40 establecimientos de la provincia de Castellón. Sin embargo, también hemos de tener en cuenta nuestras redes sociales y página web, a través de las cuales también se permitiría la compra de dichos números, por lo que deberíamos contar con una reserva de 50 números para poder mandarlas por internet, por lo que el precio ascendería a 576,93€, IVA incluido, para poder empezar a publicar en julio. Estas cantidades son las que consideramos más realistas para la situación en la que nos encontramos, ya que nuestra revista es totalmente desconocida por el momento y no podemos contar con todas las herramientas y recursos que nos gustaría.

Para el próximo número que lanzaríamos en septiembre hemos pensado en contactar con algún estilista para colaborar con nosotras, realizar diseños y mostrarlos a través de una sesión fotográfica, además de presentar la trayectoria del artista. La artista con la que hemos contactado es Àngels Martí Pons, una estudiante de moda sostenible la cual publica sus diseños propios en Instagram (@byitsmeangels).

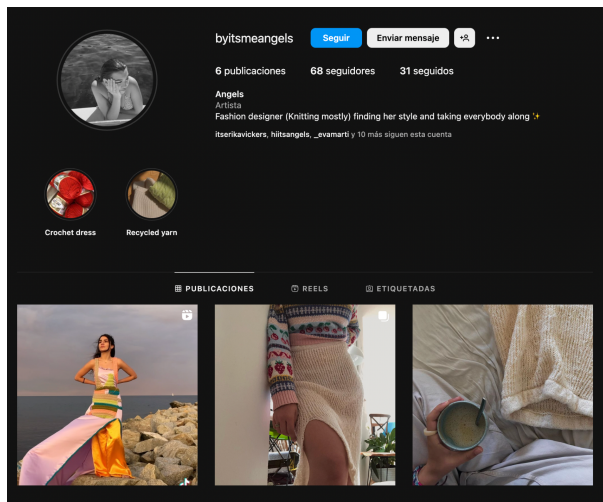


Figura 31, Perfil de Instagram, byitsmeangels

Para esta próxima colaboración ya contactamos con la artista y nos adelantó algunos diseños para el proyecto. Son diseños hechos con lana reciclada de otros proyectos favoreciendo así el concepto de sostenibilidad y reciclaje que ella aplica en prácticamente todos sus trabajos. Además, ella realiza numerosos diseños que rompen con la asignación de género que se le da a la ropa, pues en sus desfiles ha utilizado modelos masculinos para estas prendas precisamente para reforzar esta idea.



Figura 32, Boceto 1, Àngels Martí



Figura 33, Boceto 2, Àngels Martí



Figura 34, Boceto 3, Àngels Martí

Para el mes de noviembre tenemos planeado publicar un número en torno al arte urbano, concretamente el *grafiti*, mostrando todo el proceso desde la idea, el espacio, etc., hasta el proyecto final. Para enero del 2024 queremos colaborar con un/a joyero/a artesanal para elaborar una pieza desde cero mostrando el proceso de creación mediante fotografías. Siguiendo con el número de marzo, la temática serían los cómics, colaborando de esta manera con algún/a dibujante para realizar una historieta específica. En el mes de mayo colaboraríamos con un/a maquillador/a de caracterización para elaborar distintos diseños siguiendo una temática conjunta.

6. Conclusiones

La representación y expresión de los sentimientos es una de las temáticas más utilizadas a lo largo de la historia de las artes. Muchos son los artistas que indagan e investigan estos con la finalidad de comprender los suyos propios, algunos mediante el amor, otros mediante el terror e incluso la tristeza o la ira, existen un sinnúmero de obras que no se acercan a la globalidad de los sentimientos, pues cada persona conforma una nueva forma de expresar y ver. De 3 autores referenciados en el trabajo hemos encontrado 3 formas de visualizar el amor, por eso, se nos plantea una cuestión importante, ¿cómo vivimos nosotras el amor? ¿Cómo lo vive nuestra propia generación?

Nuestro primer número de la revista evoca esto mismo, una mirada sobre el (des)amor.

La decisión de realizar una revista se debe a nuestro gusto por este sector y a la propia estética que otorga este formato y que permite explorar nuevos mercados de acción para los jóvenes, mercados a los que no pueden acceder ya sea por la saturación o la falta de medios y, en los que parece que tampoco son considerados como público, debido a la falta de materiales, ya no que estén destinados a ellos, sino que les mencionen o siquiera se interesen. La industria editorial en España se considera que está en declive, aunque los datos demuestran que poco a poco está recuperando las cifras de lectores de antes de la crisis, sin embargo, es un sector sumamente inestable que está liderado por las revistas generalistas como la prensa rosa o la información en general, aunque, también existe una amplia variedad de temáticas. Por tanto, creemos que con nuestro trabajo podemos conformar una revista especializada nueva, de interés social y generacional que consiga visibilizar a los apartados del resto de temáticas y que permitan reapropiarse de su propia cultura y del sector editorial. Para ello, nos hemos querido centrar en la estética de las fotografías, inspiradas en la luz barroca y la moda actual, con la que se pretende dramatizar el amor y el desamor, usando elementos como el negro, donde podamos centrarnos únicamente en sus rostros o acciones, o el rojo, que cree un punto de tensión junto a las luces y sombras.

Nuestro objetivo principal en este proyecto era realizar una revista que abarcara la cultura popular de la generación Z y consideramos que este es un objetivo a largo plazo que no podemos cumplir con un único número realizado, sin embargo, consideramos que la idea de colaborar con artistas emergentes de esta misma generación ya es un indicativo de que este objetivo va por buen camino, ya que es creada por personas de dicha generación y abarca cuestiones y contenidos de interés para la misma.

En segundo lugar, el objetivo marcado de realizar una revista que nos permitiera adentrarnos en el sector editorial e investigar sobre el proceso de realización editorial, nos indica que el sector es demasiado inestable y se ve influenciado aún por la crisis del 2008 y la posterior crisis sanitaria de 2020, además, el sector se ve afectado de manera tanto positiva como negativa por Internet y su hibridación en el sector, donde no se apuesta por ninguno de los modelos de forma completa. La inseguridad y la incertidumbre que provoca el sector desfavorece a la creación de nuevos proyectos editoriales, pues no se asume que los riesgos sean tan beneficiosos como para realizarlo, o siquiera, seguir con el proyecto. Además, las revistas que más se consumen en España son generacionalistas, por lo que las especializadas o independientes tienen mucho menos éxito y alcance que estas, sin embargo, nuestro tercer objetivo era justamente investigar sobre las revistas fotográficas en España en la actualidad, descubriendo que, pese a que no son el género más consumido, es el recurso más utilizado y útil para conseguir el objetivo de la revista.

La adaptación de nuestros conocimientos previos para la realización de la sesión fotográfica fue buena ya que, a pesar de los imprevistos que surgieron, pudimos solventarlos y realizar una toma de decisiones adecuada para el buen desarrollo de la sesión, además de mostrar el proceso necesario para la realización de una revista exponiendo el proceso de preproducción, producción y postproducción de la misma.

Por otro lado, los objetivos secundarios que teníamos marcados constan de la representación del desamor, cosa que hemos querido marcar a través de nuestras fotografías gracias al uso de dos modelos que permiten recrear acciones que parecen cotidianas, pero que en realidad desgastan la propia relación. Existen muchas revistas

especializadas e independientes en España, algunas de ellas en las que se centran en el sector de la moda, otros en la fotografía e incluso las nuevas tendencias digitales, pero hemos descubierto que son pocos los proyectos en España que se centren en los artistas emergentes de diferentes sectores, pues si bien es cierto que podemos encontrar esta temática (la de artistas emergentes), siempre están enfocados en un sector, por lo tanto, consideramos que nuestro proyecto puede ser innovador para aquellos que estén interesados en las nuevas generaciones independientemente del sector que vengan. Además, muchos de los artistas emergentes de la generación Z pertenecen al sector urbano, que suele estar estereotipado y relacionado con todo aquello que se considera malo o nocivo, es decir, la sociedad tiene una imagen mala de estos artistas por el simple hecho de ser denominados con la etiqueta de arte urbano. Desde nuestra revista queremos dar voz a estos artistas ya que muchos de ellos reivindican su ideología reflejando sus discursos en sus obras, discursos politizados y por ello, en muchos casos censurados. Nuestra revista nace como un proyecto comprometido con la generación Z en la que encuentren un lugar seguro donde poder expresar artísticamente dichos discursos y mostrarse sin ningún tipo de censura alejándose de los estereotipos que los avalan.

Ahora bien, una de las mayores dificultades que hemos tenido ha sido a la hora de editar las fotografías ya que no contamos con los conocimientos necesarios para realizar todo lo que queríamos aplicar, sin embargo hemos hecho lo que hemos podido y nos hemos adaptado a nuestros medios para poder ofrecer un producto acorde con nuestra satisfacción. Para especificar, hemos querido editar la fotografías de una manera en la que una de las modelos, tras la primera foto del proyecto, apareciera con los ojos y la boca desvanecidos, como hemos mencionado anteriormente, para posteriormente abrir forzosamente la boca y extraer el hilo del destino que se supone las juntaba.

A continuación vamos a mostrar algunos de los cambios que más dificultades nos dio:

En esta fotografía cortamos el brazo que aparece en la parte inferior y lo rodeamos con el hilo rojo. La mayor dificultad, así como en el resto de las fotografías, era incorporar el hilo de manera realista sin que pareciera tan artificial, el problema surgió con que no sabíamos cómo hacerlo, pues no encontrábamos un hilo rojo que se

adecuara a los requisitos que queríamos y tuvimos que solventarlo con una imagen medianamente decente quitándole iluminación y añadiendo sombras para incorporarlo adecuadamente a la imagen.

Esta es la fotografía con la que más problemas hemos tenido puesto que teníamos una idea previa de quitarle todas las facciones y añadirle agujeros para crear un efecto que simule la incrustación del hilo, sin embargo, optamos por solo quitarle los ojos y la boca ya que quitarle la nariz no resultaba como queríamos. Aún así, volvíamos a tener el mismo problema: que el

hilo rojo pareciera realista ya que, aunque no queríamos que se viera totalmente real, sí nos gustaba mantener un poco el elemento ficticio, pero tampoco queríamos que se viera tan falso, tan obvio, por lo que volvimos a hacer lo mismo, añadir sombras y adaptarlo lo mejor posible a la propia iluminación de la imagen.

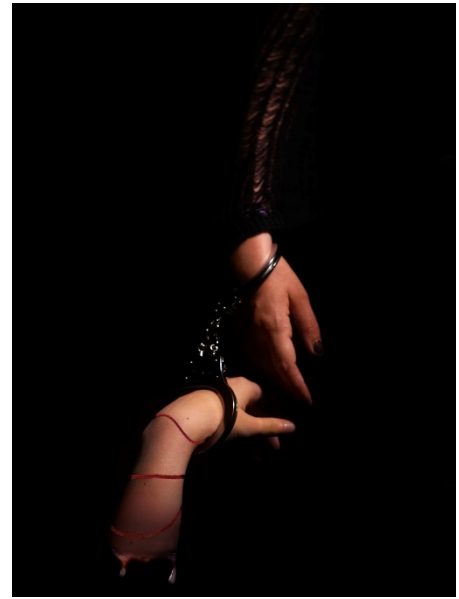


Figura 35, Esposados



Figura 36, Ardiendo sin editar



Figura 37, Ardiendo editada

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.



Figura 38, Portada



Figura 39, Portada editada

En cuanto a la portada, tuvimos varias discusiones sobre el diseño, así como el de la revista en conjunto, por nuestros gustos personales, pero después de llegar a un acuerdo decidimos escoger los colores negro, blanco y rojo, pues este número en cuestión, al tratar el hilo rojo como elemento esencial, consideramos que eran los colores que mejor se adaptaban.

6. Conclusions

The representation and expression of feelings is one of the most used themes throughout the history of the arts. Many are the artists who investigate these in order to understand their own, some through love, others through terror and even sadness or anger, there are endless works that do not come close to the globality of feelings, because each person forms a new way of expressing and seeing. Of 3 authors referenced in the work, we have found 3 ways of visualizing love, for this reason, an important question arises: how do we live love? How does our own generation live it?

Our first issue of the magazine evokes the same thing, a look at (lack of) love.

The decision to make a magazine is due to our taste for this sector and to the very aesthetics that this format provides and that allows exploring new action markets for young people, markets that they cannot access either due to saturation or lack of media and, in which it seems that they are not considered as public either, due to the lack of materials, that are no longer intended for them, but that they are mentioned or even interested in. The publishing industry in Spain is considered to be in decline, although the data shows that little by little it is recovering the number of readers from before the crisis, however, it is a highly unstable sector that is led by general magazines such as the press pink or information in general, although, there is also a wide variety of topics. Therefore, we believe that with our work we can create a new specialized magazine of social and generational interest that makes the sections of the rest of the topics visible and that allows them to reappropriate their own culture and the publishing sector. To do this, we wanted to focus on the aesthetics of the photographs, inspired by baroque light and current fashion, with which it is intended to dramatize love and heartbreak, using elements such as black, where we can focus solely on their faces or actions, or red, which creates a point of tension along with lights and shadows.

Our main objective in this project was to make a magazine that would cover the popular culture of generation Z and we consider that this is a long-term objective that we cannot achieve with a single issue, however, we consider that the idea of

collaborating with artists emerging from this same generation is already an indication that this objective is on the right track, since it is created by people of that generation and covers issues and content of interest to them.

Secondly, the objective set to create a magazine that would allow us to delve into the publishing sector and investigate the editorial production process, indicates that the sector is too unstable and is still influenced by the 2008 crisis and the subsequent crisis. In addition, the sector is affected both positively and negatively by the Internet and its hybridization in the sector, where none of the models is fully committed to. The insecurity and uncertainty caused by the sector discourages the creation of new publishing projects, since it is not assumed that the risks are so beneficial as to carry it out, or even continue with the project. In addition, the magazines that are most consumed in Spain are generational, so the specialized or independent ones have much less success and reach than these, however, our third objective was precisely to investigate photography magazines in Spain today, discovering that Although they are not the most consumed genre, they are the most used and useful resource to achieve the objective of the magazine.

The adaptation of our previous knowledge to carry out the photographic session was good since, despite the unforeseen events that arose, we were able to solve them and make appropriate decision-making for the proper development of the session, in addition to showing the necessary process for the realization of a magazine exposing the process of pre-production, production and post-production of the same.

On the other hand, the secondary objectives that we had set consist of the representation of heartbreak, something that we have wanted to mark through our photographs thanks to the use of two models that allow us to recreate actions that seem everyday, but that in reality wear out the relationship itself. There are many specialized and independent magazines in Spain, some of which focus on the fashion sector, others on photography and even new digital trends, but we have discovered that there are few projects in Spain that focus on the emerging artists from different sectors, because although it is true that we can find this theme (that of emerging artists), they are always focused on one sector, therefore, we believe that our project can be innovative for those who are interested in the new generations regardless of

the sector they come from. In addition, many of the emerging artists of generation Z belong to the urban sector, which is usually stereotyped and related to everything that is considered bad or harmful, that is, society has a bad image of these artists for the simple fact of being denominated with the label of urban art. From our magazine we want to give a voice to these artists since many of them claim their ideology reflecting their speeches in their works, politicized speeches and therefore, in many cases censored. Our magazine was born as a project committed to generation Z in which they find a safe place where they can artistically express these discourses and show themselves without any type of censorship, moving away from the stereotypes that endorse them.

One of the biggest difficulties we have had has been when editing the photographs since we do not have the necessary knowledge to do everything we wanted to apply, however we have done what we could and we have adapted to our needs. means to be able to offer a product according to our satisfaction. To specify, we wanted to edit the photographs in a way in which one of the models, after the first photo of the project, appeared with her eyes and mouth faded, as we have mentioned before, to later forcefully open her mouth and extract the thread. of the fate that is supposed to bring them together.

Next we are going to show some of the changes that gave us the most difficulties:

In this photograph we cut the arm that appears at the bottom and we surround it with the red thread. The biggest difficulty, as in the rest of the photographs, was to incorporate the thread in a realistic way without making it seem so artificial, the problem arose with the fact that we did not know how to do it, since we could not find a red thread that suited the requirements we wanted. and we had to get around it with a halfway decent image by removing lighting and adding shadows to properly incorporate it into the image.

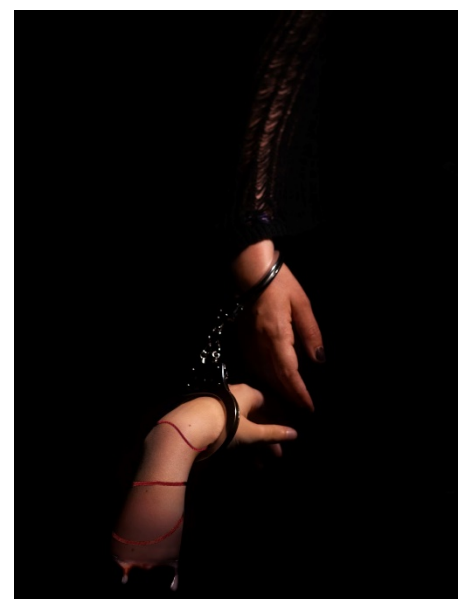


Figura 35, handcuffed



Figura 36, Ablaze without editing



Figura 37, Ablaze edited

This is the photo with which we have had the most problems since we had a previous idea of removing all the features and adding holes to create an effect that simulates the embedding of the thread, however, we opted to only remove the eyes and the mouth since removing his nose didn't turn out the way we wanted. Still, we had the same problem again: making the red thread look realistic because, although we didn't want it to look totally real, we did like to keep the fictional element a bit, but we also didn't want it to look so fake, so obvious, so we did the same thing again, add shadows and adapt it as best as possible to the lighting of the image itself.

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.



Figura 38, Cover



Figura 39, Cover edited

Regarding the cover, we had several discussions about the design, as well as that of the magazine as a whole, due to our personal tastes, but after reaching an agreement we decided to choose the colors black, white and red, since this issue in question, By treating the red thread as an essential element, we considered that they were the colors that best suited it.

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

6. Bibliografía

Barquín, C. et al., (2021). La lente del género: La corporalidad desde la mirada de fotógrafas. *GénEroos*, 27(nº 28), 345-376. Recuperado a partir de <https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/generos/article/view/76>

Beigel, F., (2003). Las revistas culturales como documentos de la historia latinoamericana. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 8(20), 105-115. [Consulta 11 de Mayo de 2023]. ISSN: 1315-5216. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27902007>.

Bolaño, E. (2016). Eros y Psique. Uno de los besos más famosos de la historia del arte. HA! <https://historia-arte.com/obras/eros-y-psique-de-canova>

Bradstreet, M (2022). The Magazine Industry: How the Internet Has Changed It All. [Submitted in Partial Completion of the Requirements for Mommonwealth Honors in Communication Studies. Bridgewater State University.] https://vc.bridgew.edu/honors_proj /517/

Breton, A. (1924). Manifiestos del surrealismo. Labor.

CARPIO, F., & LÓPEZ, P. (noviembre 2015). Chema Madoz: fotógrafo del espacio. Escritor de la luz. *Comunicación y Hombre. Revista interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 11, 141-156. ISSN: 1885-365X

Castro Florez, F., Rodríguez Madoz, J. M. (2002) *Ocurrencias y regalos (para la vista)*. Madrid. La Fábrica.

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

Chacón-Palomares, M. (2018). Apolo y Dafne. Bernini transformó la poética del mito a una sola imagen de mármol. HA! <https://historia-arte.com/obras/apolo-y-dafne>

Clavoardiendo. (2018, 30 marzo). Javier Jimeno - Luz barroca - Clavoardiendo Magazine. Clavoardiendo Magazine. <https://clavoardiendo-magazine.com/mundofoto/visionados/javier-jimeno-luz-barroca/>

Consuegra, C. (Enero, 2014). Arte Conceptual en Movimiento: Performance Art en sus acepciones de Body Art y Behavior Art. Anales de Historia del Arte 24, pp.183-200. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ANHA.2014.v24.47184

Coronado, e. H. (2000). Arte, Fotografía y Publicidad. Laboratorio de Arte, 13, 301-320. Duarte, M. (2017). True colors . El mostrador .

De Blois, A. (s.f). Chema Madoz: la magia de lo abstracto. Blog del fotógrafo. <https://www.blogdelfotografo.com/chema-madoz/#:~:text=Chema%20Madoz%20es%20un%20artista,aparentemente%20muy%20sencillas%20y%20minimalistas.>

Ethnologue. (2022). Most Spoken Languages. Recuperado el 11 de Mayo de 2023 de <https://www.ethnologue.com/insights/most-spoken-language/>

Fernández, J. (2017). "El Diario de los Literatos de España (1737-1742)". Revista de la Biblioteca, Archivo y Museo: estudios, 7, 77-92. ISSN: 2484-9790

Gombrich, E. H. (1998). Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica. Debate.

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

Hassan, V. (2015). El cuerpo: instrumento del lenguaje de Marina Abramovic. Huellas.

Revista de la universidad del Norte, 97, 42-48. ISSN 0120-2537

Hegel, G. (2004). Introductory Lectures on Aesthetics. Penguin Classics.

Hibris: Revista de Bibliofilia, Vol. 5, n. 27, 2005. Disponible en Web:

[https://www.bne.es/es/blog/biblioteconomia/2012/08/31/las-revistas-literarias-](https://www.bne.es/es/blog/biblioteconomia/2012/08/31/las-revistas-literarias-y-politicas-del-franquismo-)

[y-politicas-del-franquismo-](https://www.bne.es/es/blog/biblioteconomia/2012/08/31/las-revistas-literarias-y-politicas-del-franquismo-)

[i#:~:text=Entre%20ellas%2C%20una%20primera%20](https://www.bne.es/es/blog/biblioteconomia/2012/08/31/las-revistas-literarias-y-politicas-del-franquismo-)

[revista,poes%C3%ADa%20en%20el%20primer%20franquismo](https://www.bne.es/es/blog/biblioteconomia/2012/08/31/las-revistas-literarias-y-politicas-del-franquismo-)

Hibris: Revista de Bibliofilia, Vol. 5, n. 28, 2005 Disponible en Web:

[https://www.bne.es/es/blog/biblioteconomia/2012/08/31/las-revistas-literarias-](https://www.bne.es/es/blog/biblioteconomia/2012/08/31/las-revistas-literarias-y-politicas-del-franquismo-ii)

[y-politicas-del-franquismo-ii](https://www.bne.es/es/blog/biblioteconomia/2012/08/31/las-revistas-literarias-y-politicas-del-franquismo-ii)

Jiménez, P. (1977). Apuntes sobre la censura durante el franquismo. Boletín AEPE,

17, 1-8. [PDF] Recuperado el 14 de mayo de 2023

MARCO GENERAL de los Medios en España 2023

Ministerio de Cultura (2008). La encuesta de hábitos y prácticas culturales en España

2006-2007. [PDF]

Ministerio de Cultura (septiembre 2011). La encuesta de hábitos y prácticas culturales

en España 2010-2011. [PDF]

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (septiembre 2015). La encuesta de hábitos

y prácticas culturales en España 2014-2015. [PDF]

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

Ministerio de Cultura y Deporte (septiembre 2019). La encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2018-2019. [PDF]

Ministerio de Cultura y Deporte (septiembre 2022). Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2021-2022. [PDF]

Montero, F. (2005). Marketing de periódicos y revistas. Pirámide.

Newhall, B. (2002). Historia de la fotografía. EDITORIAL GG.

Orús, A. (21 de febrero de 2023). Principales revistas mensuales por lectores en España en 2022 Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/476865/revistas-mensuales-mas-leidas-en-espana/> Consultado el 15 de mayo de 2023

Ramiro Gómez, B. (2022). Revistas de moda: arte y publicidad (Trabajo de fin de grado). Universidad de Valladolid. Recuperado 11 de Mayo de 2023. URI:<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/54929>

Sánchez Vigil, J. M. (2008). Revistas ilustradas en España: del Romanticismo a la Guerra Civil. Trea: Ministerio de Cultura.

Sanmorán, C. (15 de noviembre de 2016). Las primeras y más importantes revistas que impulsaron la fotografía en España. Xataka Foto. <https://www.xatakafoto.com/historia-de-la-fotografia/las-primeras-y-mas-importantes-revistas-que-impulsaron-la-fotografia>

Sontag, S. (2005). El mundo de la imagen. Sobre la fotografía. DEBOLSILLO.

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

Valdés, L. (2017). ¿Cómo aprendemos de los Referentes Visuales en el Diseño? Aproximación desde la Teoría Del Aprendizaje de Kolb. IX Congreso Internacional de Diseño de La Habana. ISB: 978-959 -7182-23-8

Yunquera Nieto, J. (2014). Desarrollo de las publicaciones digitales y nuevos soportes informativos: historia y evolución de las revistas y diarios digitales en España, 1994-2014. [Tesis de Doctorado, Universidad Carlos III de Madrid]. Repositorio Institucional – Universidad Carlos III de Madrid. URI: <http://hdl.handle.net/10016/19344>

7. Anexo

Anexo 1. Cesión de derechos de imagen

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

EN CASTELLÓN, a 17 de MAYO de 2023.

Don / doña. **LAURA CUBERTORER FOLCH** mayor de edad, titular del DNI. : **20956678K** por este documento autorizo expresamente a **RIZZ**, el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes realizadas en el día de la fecha, o parte de las mismas con un uso de carácter académico. El cedente concede su autorización al cesionario para el uso de su imagen, utilizando los medios técnicos conocidos y los que pueden conocerse en el futuro, y siempre con la finalidad descrita.

Las partes actúan en su propio nombre y tienen suficiente capacidad legal para llevar a cabo este contrato, siendo responsables de la veracidad de sus manifestaciones.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas actualizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en La Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo. _____	Firma de producción:    Fdo. _____
--	--

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS





EN CASTELLÓN, a 17 de MAYO de 2023.

Don / doña. **VALERIA RUÍZ LANZAS** mayor de edad, titular del DNI. : **21700475K** por este documento autorizo expresamente a **RIZZ**, el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes realizadas en el día de la fecha, o parte de las mismas con un uso de carácter académico. El cedente concede su autorización al cesionario para el uso de su imagen, utilizando los medios técnicos conocidos y los que pueden conocerse en el futuro, y siempre con la finalidad descrita.

Las partes actúan en su propio nombre y tienen suficiente capacidad legal para llevar a cabo este contrato, siendo responsables de la veracidad de sus manifestaciones.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas actualizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en La Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo. _____	Firma de producción:    Fdo. _____
---	--

Anexo 2. Borrador de maquetación

Rizz Volumen ____ nº ____ Fecha ____ / ____ / 20 ____

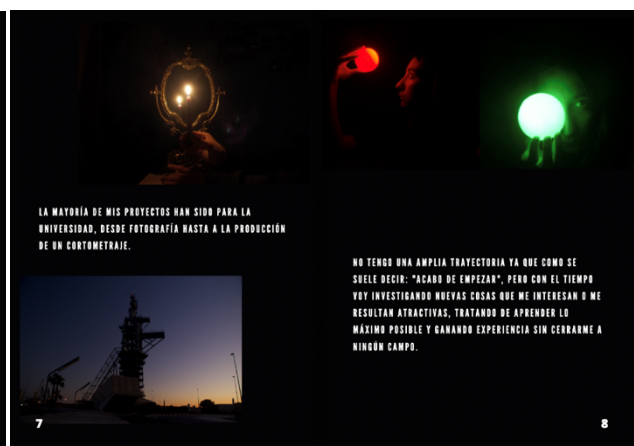
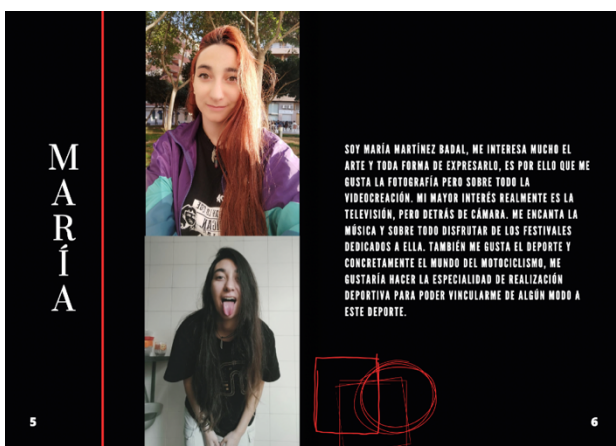
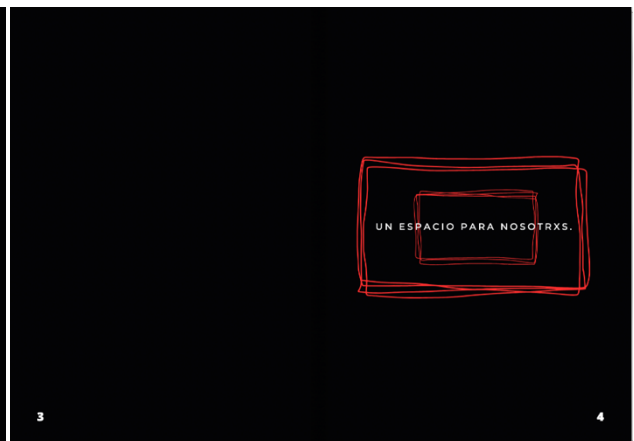
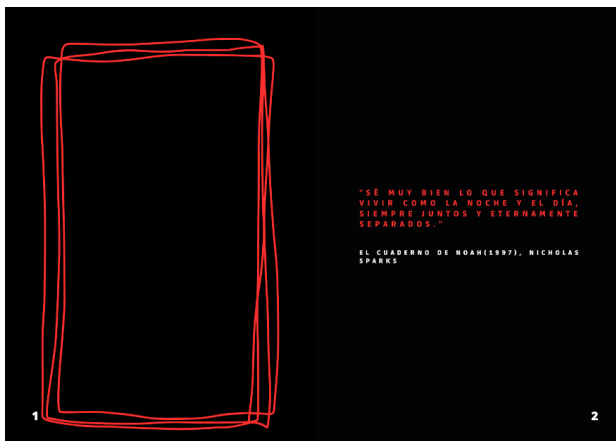
1 Portada EROS Y PSIQUE		2 FRASE QUE NOS DEFINA		3 X		4 #FRASE		5 PRESENT. MARÍA		6 PRESENT. MARÍA.	
7 TRABAJO MARÍA		8 TRABAJO MARÍA		9 PRESENTAC. MACU		10 PRESENT. MACU		11 TRABAJO MACU		12 TRABAJO MACU	
13 PRESENT. CAROLINA		14 PRESENT. CAROLINA		15 TRABAJO CAROLINA		16 TRABAJO CAROLINA		17 180°		18 EXPLICACIÓN 180°	
19 Foto 1 Eros y psique		20 Explicación foto 1. Eros y Psique		21 Foto 2 Amor Liego		22 Explicación Foto 2. Amor Liego		23 Foto 3. Ardiendo		24 Explicación Foto 3. Ardiendo	
25 Foto 4. Hard Energy		26 Explicación Foto 4. Hard Energy		27 Foto 5. Hanabata		28 Explicación Foto 5. Hanabata		29 Foto 6 Explicación Los		30 Foto 7 Explicación ENAMORADOS	

Rizz Volumen ____ nº ____ Fecha ____ / ____ / 20 ____



31 Foto 8 Arrashe		32 Explicación Foto 8. Arrashe		33 Foto 9. ¿Por qué?		34 Explicación Foto 9. ¿Por qué?		35 Foto 10 Volver a serlo de antes		36 Explicación Foto 10. Volver a ser lo de antes	
37 Foto 11. Extirpar de raíz		38 Explicación Foto 11. Extirpar de raíz		39 Foto 12. Apolo y Dafne		40 Explicación Foto 12. Apolo y Dafne		41 X		42 X	
43 Contra- portada APOLLO Y DAFNE		44		45		46		47		48	
49		50		51		52		53		54	
55		56		57		58		59		60	
61		62		63		64		65		66	

Revista Rizz, 180°. Producción del primer número de una revista fotográfica.

Anexo 3. Maquetación



MACU

9

10

MI NOMBRE ES INMACULADA VICTORIA SALVADO, AUNQUE TODO EL MUNDO ME LLAMA MACU.

MI FACETA DELANTE DE LA CÁMARA ES UN POCO MÁS INTROVERTIDA, YA QUE ME GUSTA MÁS PLASMAR AQUELLO QUE VEO CON MIS PROPIOS OJOS, HABLAR NO ES ALGO QUE ME DE MIEDO O VERGÜENZA, PERO NO ES ALGO EN LO QUE ME DESENVUELVAN FACILMENTE TAMPOCO, POR ESO MISMO NO SUELO COLOCARME DELANTE DE ELLA Y POCAS SON LAS VECES INCLUSO EN LAS QUE DEJO QUE ALGUIEN ME TOMÉ UNA FOTO. AUNQUE AÚN NO HAYA ENCONTRADO MI ESTILO, O NO SEPA MANEJARME CON DESTREZA, SE CUALES SON MIS INTERESES. POR ELLO MISMO SIEMPRE SUELO INVESTIGAR SOBRE NUEVAS REFERENTES, NOVEDADES O ACTUALIZACIONES DEL MUNDO AUDIOVISUAL. MIS PRINCIPALES REFERENTES SON LAS REVISTAS, LOS ARTISTAS O LAS PROPIAS REDES SOCIALES QUE ME PERMITE ACERCARME A PERSONAS QUE COMPARTAN MIS INTERESES.





11



12

Mis intereses son muy variados. Tengo interés en el diseño, la fotografía, la ilustración o las artes tradicionales, lo que me lleva a investigar y practicar en disciplinas diferentes.

Aunque mis inicios están en la fotografía, que me permiten descubrir nuevas tendencias o crear mi propio imaginario.

La fotografía me permite analizar cada detalle, buscando una estética -mi estética- en la normalidad.

CAROLINA

13

14

ME LLAMO CAROLINA ANILLO Y ACTUALMENTE SOY ESTUDIANTE DE UN GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN CASTELLÓN DE LA PLANA. SIN EMBARGO, NACÍ Y VIVÍ EN LAS ISLAS BALEARES, CONCRETAMENTE EN MENORCA.

¿LO QUE MÁS ME GUSTA HACER? ¿A QUE QUIERO DEDICARME? A DÍA DE HOY DESCONOZCO TODOS MIS GUSTOS, HA LLEGADO UN PUNTO EN EL QUE YA NO SE SI ME GUSTA LO QUE HAGO, SIMPLEMENTE LO HAGO. SIN EMBARGO, ME DOY CUENTA QUE ME DESENVUELVAN MEJOR Y MÁS A GUSTO ALREDEDOR DE LAS CÁMARAS Y EDITANDO, POR LO QUE TAN MAL ENCAMINADA NO ESTOY, ¿NO?





15

16

LA MAYORÍA DE MI TRAYECTORIA ES FOTOGRÁFICA, HABIENDO REALIZADO DIVERSOS PROYECTOS DE FOTOGRAFÍA. SIN EMBARGO, TAMBIÉN HE HECHO ALGÚN TRABAJO DE ILUSTRACIÓN PARA TRABAJOS DE LA UNIVERSIDAD ASÍ COMO VÍDEOS Y CORTOMETRAJES.

LA VERDAD ES QUE MI TRAYECTORIA NO ES MUY AMPLIA, PUES SOLAMENTE TENGO 22 AÑOS Y NO HE SABIDO APROVECHAR TODAS LAS OPORTUNIDADES QUE SE ME HAN PRESENTADO.

AHORA SOLO PUEDO MIRAR HACIA DELANTE Y CONSTRUIR MIS CONOCIMIENTOS.

180°

17

18

Por mucho que ambos estén en la misma relación los sentimientos no tienen por qué ser compartidos y, en muchas ocasiones, nos vemos atrapados en sitios donde no queremos estar, pero que por costumbre, comodidad o miedo, permanecemos ahí. 180° pretende representar esta situación donde la pareja no se encuentra en el mismo punto ni con los mismos sentimientos, pero, donde uno de ellos es desconocedor de esto.

EROS Y PSIQUE



19

20

Mirarla era cautivador. Habría bajado hasta el mismísimo infierno si me lo pidiera, sin importar nada más. ¿Esto es amor en su máximo esplendor? Es tan intenso que solo siento cómo me destruye, no sé si pueda continuar esta lucha de amor y confianza.



¿EL AMOR ES CIEGO?

¿Qué pasa cuando tienes tú el poder, cuando tienes que tomar una decisión pero tus labios están sellados? No puedes enfrentarte a tus sentimientos, no puedes enfrentarte a ti mismo. ¿Qué pasa cuando la otra persona lo deposita todo en ti? Cuando deja que lo guíes hacia lo que espera que sea idílico, pero en realidad no lo es. Intentas decir algo pero es imposible, ¿cómo va a ser capaz de aceptar algo que ni tú misma aceptas?

21 22



ARDIENDO

Quemarse, arder por no poder salir de una tediosa rutina que me asfixia como cuando inhalas humo tóxico, que te ahoga y no puedes respirar. Notas el dolor y solo quieres huir pero a la vez sufres por no poder devolver el amor que la otra persona te da. ¿Hasta cuándo seguirá así? Solo quiero acabar con este tormento causando el menor daño posible, pero cada día que pasa me destruyo un poco más.

23 24



HARD ENERGY

Querer es difícil, es confiar plenamente en la otra persona sabiendo que no te traicionará, es ponerse delante del cañón asumiendo el riesgo. Ya no eres tú el único capaz de darte, sino que compartes el riesgo. Pero querer también es fácil cuando sabes que el otro también se pondría en primera línea, ¿verdad?

25 26



HANA HAKI

Esto no puede estar pasando, tiene que ser un error, un juego del destino, una broma pasada. Me estoy muriendo por dentro. Siento los pulmones encharcados, como si mi flor se hubiera marchitado por completo, me está consumiendo. Pero tiene que ser un error, porque la enfermedad solo aparece en amores no correspondidos y estoy completamente segura de que nada de lo que hemos vivido es mentira, entonces por qué. ¿Por qué el destino parece jugarme una mala pasada cuando todo iba perfecto?

27 28



LOS ENAMORADOS

Ya no había punto medio, la última carta se había destapado y nadie saldría ileso de aquí. Nuestras cartas no estaban alineadas, ¿por qué estaba del revés?

29 30



ARRASTRE

Así no es como se siente el cariño, sé cómo es, conozco su sensación y cómo transmitirlo y, definitivamente, esto era todo lo contrario. Lo había llamado compromiso, pero es lo más cercano a una cárcel que he visto nunca.

31 32

