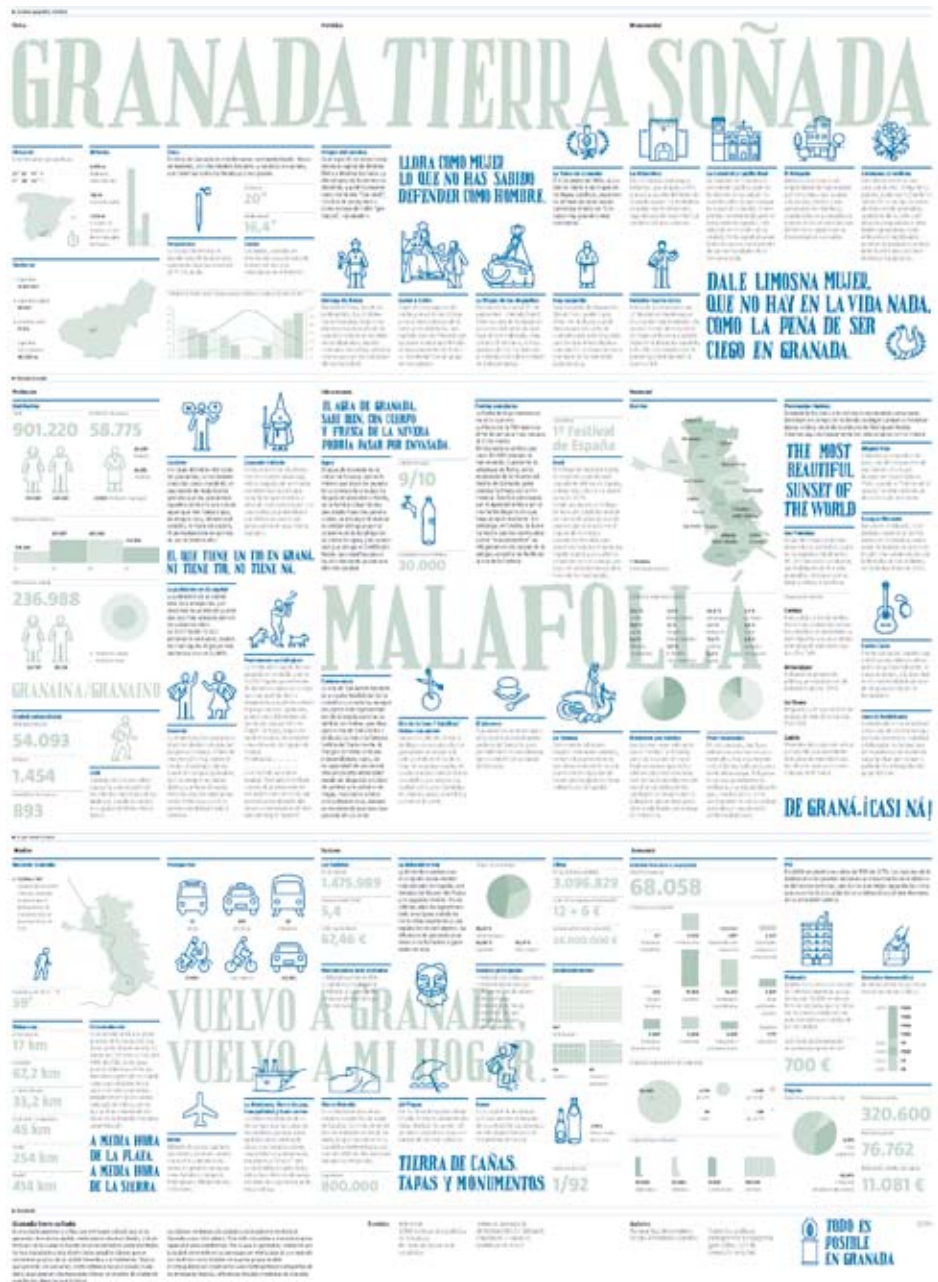




# GRANADA TIERRA SOÑADA

Desde una estética cercana al diseño periodístico e infográfico, explorando las posibilidades comunicativas del medio, se han trasladado a este diseño todos aquellos tópicos que se consideran propios de la ciudad Granada y sus habitantes. Tópicos que generan, en ocasiones, cierta distancia hacia el propio ciudadano, pues parecen diseñarse para ofrecer un modelo de ciudad de orientación plena hacia el turismo. Los tópicos condenan a la ciudad a un imaginario tradicional: Granada como mito eterno. Este mito inmoviliza a menudo nuestra capacidad para redefinirnos. Por lo que el granadino, conforme con la ciudad como mito no se preocupa por vivirla para él, y a menudo nos sentimos como turistas de nuestra propia ciudad. En esta publicación construimos una reinterpretación icónica de los principales tópicos, referencias visuales y verbales de Granada. La publicación "Granada tierra soñada" se percibe en una primera lectura como un atractivo diario gráfico que trata aquellos tópicos más relevantes de nuestro contexto social y cultural, y a la vez, en sucesivas lecturas aproximativas, más atentas y perceptivas, se descubre una descripción de este contexto más atípico, pero más consciente de la realidad granadina.

Este Proyecto trata de establecer, desde la óptica del diseñador, una visión personal y crítica con la imagen cultural que se ha generado de nuestra capital, cuestionando si el patrimonio de la ciudad es fuente de reconocimiento social identitario.

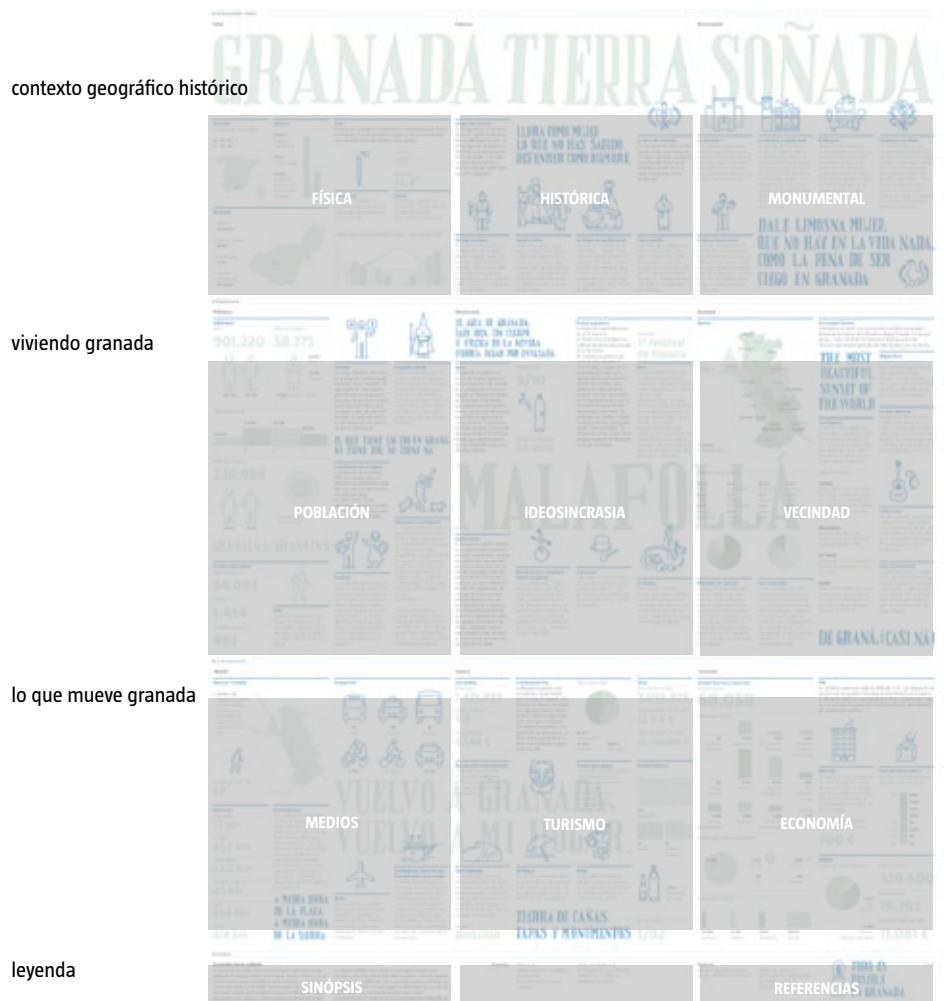


La primera lectura (macrolectura) es de carácter persuasivo, muy atractivo y reconocible por el ciudadano o el turista. La segunda lectura (microlectura) es más exigente con el receptor y requiere una atención dedicada a sus textos, datos y esquemas. Estadísticas que revelan el tejido socio-económico. Una Granada más real para el ciudadano y que genera muchas cuestiones que se ven ensombrecidas por el poder del "mito eterno". Es en definitiva una síntesis de la percepción personal que tenemos de nuestro entorno fabricado. El diseño gráfico y el diseño de información adquieren en esta propuesta una dimensión comprometida, interpretado y diseñado desde una perspectiva analítica, irónica y emocional nuestro contexto vital.

El desarrollo gráfico de esta publicación se puede dividir en cuatro tipologías de elementos de información.

El primer elemento, en cuanto a la jerarquía visual, se corresponde con los textos sobreimpresos alusivos a Granada. De carácter persuasivo, cumplen con la función de atraer al espectador para el cual estos “lemas” son bien conocidos. En segundo lugar encontramos una serie de interpretaciones con un nivel de iconicidad bajo que se corresponden con la representación de monumentos, personajes, objetos y elementos significativos de la ciudad. Estos viene acompañados de breves textos que describen informativamente sus aspectos más relevantes, y que se corresponden con el tercer nivel comunicacional. El cuarto, y último nivel, se completa con una serie de esquemas, datos estadísticos y numéricos que ayudan a tener una visión más eficaz de aquellas informaciones que son mucho más relevantes para el ciudadano y que son un reflejo del día a día de la ciudad.

La publicación se ha concebido como una compleja apuesta sincretica de recursos comunicativos propios del diseño periodístico e infografico.



La composición de la publicación se establece en una compleja retícula de 12 columnas subdivida a su vez en 3 grandes bloques horizontales y verticales. Por lo que se generan nueve unidades de comunicación que se corresponden con los siguientes temas: Contexto Geográfico e Histórico (Granada física, histórica y monumental), Viviendo Granada (población, ideosincrasia y vecindad) y Lo que mueve Granada (medios, turismo y economía). Asimismo acompaña una última franja que introduce una pequeña reflexión sobre la publicación así como las referencias bibliográficas principales

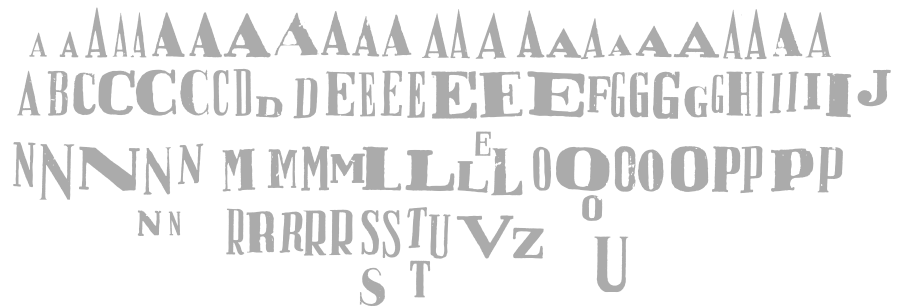
---

## GRANADA TIERRA SOÑADA

### — desarrollo tipografico

Para generar una tipografía acorde con los presupuestos de este proyecto se realizó una tarea de documentación visual de las formas tipográficas más representativas y reconocibles de Granada. Estas se corresponden con la singular y tradicional señalización basada en la cerámica tradicional de nuestra localidad, las Cerámicas de Fajalauza. Artesanía que fue en su día unos de los puntales de la economía granadina y que se desarrolla en la ciudad desde el siglo XVI. En la actualidad tiene un atractivo casi exclusivamente turístico, fácilmente reconocible por el azul característico propio de las lozas nazaríes. En la actualidad es un oficio en plena decadencia y de carácter marginal, sin embargo, todas las calles de la capital se señalizan de este modo y trasladan una gráfica propia de otro contexto al del diseño de señales.

Tras el proceso de documentación se seleccionaron aquellas formas tipográficas que pudieran generar un alfabeto coherente y que mantuviera la identidad de las cerámicas tradicionales granadinas.



THE MOST  
BEAUTIFUL  
SUNSET OF  
THE WORLD

An album cover for "THE MOST BEAUTIFUL SUNSET OF THE WORLD" by Los Planetas. The cover features a map of Granada in the background. The text "Citamos aquí exclusivamente los relacionados" is at the top. The album title is in large, bold, blue letters. Below the title, there are two artist profiles: Miguel Rios and Enrique More. Miguel Rios is described as a singer and rock musician who reached his peak in 1970. Enrique More is described as a musician born in Granada who has achieved maximum exposure. The album is by the indie music group Los Planetas.

Citamos aquí exclusivamente los relacionados

**THE MOST BEAUTIFUL SUNSET OF THE WORLD**

**Miguel Rios**  
Cantante y compositor de rock, uno de los más importantes de este género en Granada. Alcanzó su máximo momento en 1970, cuando "Alegoría" vendió discos en toda España.

**Enrique More**  
Nacido en el barrio de San Andrés, alcanzó su máximo momento en Granada con su grupo Los Planetas.

**Los Planetas**  
Grupo de música indie que...

GRANADA TIERRA SOÑADA

desarrollo iconográfico

Los elementos seleccionados para conformar el universo iconográfico de Granada son todos ellos tópicos pertenecientes al contexto cotidiano. Al trabajar con ellos de una manera sintética se eliminan los aspectos anecdóticos y se configura una imagen pictográfica, más abstracta y conceptual de los mismos. Este proceso de intelectualización, parangona a los objetos de nuestra reinterpretación a un universo simbólico al que culturalmente ya pertenecen. A un universo de imágenes mentales que permanece suspendido en el imaginario granadino.



**Entrega de llaves**  
Boabdil el Chico, nacido en Granada

**Isabel y Colón**  
Creyó en los proyectos de Colón

**La Virgen de las Angustias**  
Patrona de la ciudad (15 de agosto)

**Fray Leopoldo**  
Fray Leopoldo de Albandeire

**Federico García Lorca**  
Poeta de la Generación del 27

La asistencia de granadinos se debe a los festivales organizados en ella.

34,66 % Españoles

19,09 % Otros países

**24.000.000 €**

**Eventos principales**

- » Festival I. de música y danza
- » Festival internacional de jóvenes realizadores
- » Hocus Pocus
- » Festival I. de Tango
- » Festival I. de Jazz
- » Orquesta Ciudad de Granada

**Establecimientos**

**307** Restaurantes

**84** Hoteles

**93** Hostales y pensiones

Manu...  
Empre...

# GRANADA TIERRA SOÑADA

## Realización

Papel Mate  
100 gr.  
50 x 70 cm.

Impresión Offset  
Cuatricomía

