

TFG

DISEÑO DISCOGRÁFICO APLICADO A UN LP DE PRODUCCIÓN INDIE

Presentado por Alessia Melania Villanueva Ballesteros

Tutor: Emilio Espí Cerdá

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2020-2021



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado consiste en la creación de un diseño discográfico para su aplicación en un LP (Long Play), una maqueta real de producción independiente creada por una banda de rock local.

El desarrollo del proyecto abarca el diseño de la carátula y libretto del CD, así como de las portadas de los singles de publicación previa al lanzamiento de la maqueta. El trabajo al completo está pensado para su funcionalidad dentro de la actividad y promoción de la propia banda, con el fin de presentar una propuesta viable de representación artística que contribuya a su imagen discográfica.

Diseño discográfico, ilustración, imagen discográfica, maqueta, música.

ABSTRACT AND KEY WORDS

This Final Degree Project aims to create a record design for application in a LP (Long Play), a real demo tape of independent production created by a local rock band.

The development of the project includes the design of the cover and the libretto of CD, as well as the covers of the singles, with prior publication to the launch of the demo tape. The project is designed for its functionality within the activity and promotion of the band itself, in order to present a viable proposal of artistic representation that contributes to its record image.

Record design, illustration, record image, demo tape, music.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi tutor, Emilio Espí, por ser una guía inestimable en este proyecto. Y también a Animal Disorder, por su colaboración y su melodía de acompañamiento.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	05
2. OBJETIVOS.....	06
3. METODOLOGÍA.....	06
4. TEORÍA Y DESARROLLO DEL CONCEPTO.....	07
4.1. Breve recorrido por el diseño discográfico.....	07
4.1.1. <i>Alex steinweiss, creador de la portada musical</i>	07
4.1.2. <i>La época dorada</i>	08
4.1.3. <i>Transformación y panorama contemporáneo</i>	09
4.2. Principales referentes.....	10
4.2.1. <i>Referentes conceptuales: el cuento</i>	10
4.2.1.1. White Rabbit: storytelling en el diseño.....	11
4.2.2. <i>Referentes artísticos y formales</i>	12
4.2.2.1. Reid Miles.....	12
4.2.2.2. Peter Saville.....	12
4.3. Mapa conceptual.....	13
5. DISEÑO DEL PROYECTO.....	14
5.1. Primeras aproximaciones: líneas de trabajo.....	14
5.1.1. <i>Fotomontaje</i>	15
5.1.2. <i>Ilustración digital</i>	16
5.1.3. <i>El diseño final</i>	16
5.2. Diseño del libreto.....	17
5.2.1. <i>Ilustraciones</i>	17
5.2.2. <i>Texto y tipografía</i>	17
5.2.3. <i>Color</i>	18
5.2.4. <i>Fotografía</i>	19
5.3. Versión en vinilo y extras.....	19
6. RESULTADOS FINALES.....	21
7. CONCLUSIONES.....	27
8. REFERENCIAS.....	29
9. ÍNDICE DE FIGURAS.....	30

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consta del proceso de diseño discográfico de un LP (*Long Play*) de producción independiente, así como de los resultados finales de dicho proceso.

El propósito con el que se ha realizado este proyecto es, además del propio diseño, la aplicación real del mismo a un ámbito real, siendo el grupo de música una banda —Animal Disorder— localizada en Valencia cuyos integrantes han participado como clientes en el proceso, demandando una solución gráfica a la que yo —también miembro de la banda— he atendido como diseñadora y, a la vez, parte del proyecto musical en el que está inspirado este trabajo. La búsqueda de una imagen y un diseño que fuera acorde y coherente con el grupo en cuestión ha sido uno de los principales retos, teniendo como referencias (además de las conceptuales y formales que aparecerán en este trabajo) la música y la propia personalidad del grupo.

Animal Disorder es una banda de Rock Alternativo cuyo punto fuerte es la combinación de las dispares y variopintas influencias de sus cinco miembros dentro del panorama musical, dando lugar a un sonido cimentado sobre los subgéneros más populares —como el Rock Progresivo de los años 70, el Blues o las últimas corrientes del Funk Rock— y con una marcada personalidad propia como resultado. Por lo tanto, para crear un diseño acorde a estas premisas, se optó por la elección de un elemento común para la articulación del mismo: el título del álbum, *White Rabbit*, que a su vez corresponde con el nombre de la canción principal del disco. Dada esta coincidencia, el concepto del diseño se ha fundamentado en los elementos que aparecen en la canción, combinando diferentes técnicas a nivel gráfico —fotografía e ilustración— para poder reflejar el carácter ecléctico de la banda, pero sustentado sobre un concepto potente que imprimiera coherencia y la vez fuera reflejo de la personalidad del grupo.

2. OBJETIVOS

Como objetivos generales de este proyecto se señalan:

- Crear una propuesta discográfica acorde a las preferencias, personalidad y requisitos del grupo y su música. Consiguiendo así la mayor coherencia posible entre la identidad visual y el resto de los parámetros artísticos del proyecto.

- Profundizar en el diseño discográfico, a nivel personal y académico, llevando a cabo un proyecto de aplicaciones reales, con todas las implicaciones que ello conlleva.

En un ámbito más específico, se destaca como objetivo crear un proyecto de diseño que comprenda diferentes disciplinas artísticas —narrativa, musical, gráfica, visual— aunándolas en una sinergia creativa.

3. METODOLOGÍA

Respecto a la metodología de este proyecto, se ha partido —conceptualmente— del propio título del álbum (White Rabbit) para articular el diseño en torno a esta popular referencia de *Las aventuras de Alicia en el País de las Maravillas* de Lewis Carroll, tratándose de uno de los personajes principales de la novela: el Conejo Blanco.

Este concepto, y el propio nombre, está compartido con la canción principal del disco, cuya construcción, tanto en su letra como en la cadencia y la musicalidad, nos sitúa en primera persona como oyentes en un mundo misterioso y oscuro, con personajes extraños que hacen homenaje a los de la novela original, y nos conduce hacia una huida desesperada para regresar al hogar; analogía directa —al igual que la obra de Carroll— del camino que ha de recorrerse, para bien o para mal, hasta alcanzar la madurez, y la resistencia que puede ejercer nuestro lado más infantil para lograr finalmente dicho objetivo.

Con esta idea sobre la mesa, el objetivo ha sido potenciar esa narratividad propia e implícita en la canción principal y reflejarla gráficamente de una forma lo más coherente posible con el tono del álbum en conjunto, aun no tratándose de un álbum conceptual. Para ello se ha decidido configurar una propuesta de diseño mixto, cuyos elementos comprenden tanto fotografía como ilustración, con el fin de poder reflejar el carácter general del grupo como elemento cohesionador —junto con el *late motiv* del disco, el White Rabbit— del diseño del álbum.

Dicho esto, en referencia a la organización y las fases del trabajo —y teniendo ya el punto de partida de White Rabbit— primero se articuló un mapa conceptual de donde se extrajeron las principales ideas para el desarrollo del cuerpo teórico; esta **primera fase de análisis de conceptos y referencias** incluye un estudio sobre la historia del diseño discográfico desde sus inicios, analizando las principales etapas y los elementos que influyeron en ellas, así como un estudio de referentes tanto conceptuales como artísticos. Dentro

de los referentes conceptuales podemos encontrar el cuento y la narrativa convencional, estrechamente relacionados con la idea gráfica del proyecto; entre los referentes artísticos se encuentran diseñadores como Peter Saville o Reid Miles, artistas que han pasado gran parte de su trayectoria profesional dedicados al mundo del diseño discográfico.

La **segunda fase** del proyecto, de carácter más práctico, que podemos llamar **de desarrollo gráfico**, consistió en la creación del diseño, centrado en un principio en el formato, portada y libreto de canciones del CD. En esta fase se incluye la elaboración de bocetos, divididos en tres técnicas o modelos diferentes: el primer modelo, fundamentado en el fotomontaje y la edición fotográfica; el segundo modelo, basado en ilustración digital, y un tercer modelo que incluía ambas opciones. Fue este tercer modelo por el que se optó por ser el más representativo, a nivel gráfico, del carácter mixto y plural del propio grupo Animal Disorder. En esta fase también se incluye el diseño de los elementos complementarios al CD, como son la versión en vinilo, las portadas de los singles —como estrategia de mercado, cuatro de las canciones contenidas en el LP se publicaron como independientes con un diseño de portada propio—, y el diseño de un póster ideado como contenido adicional.

Finalmente, la **última fase** del proyecto se dedicó a la **redacción** de esta memoria para recoger y analizar el proceso de creación.

4. TEORÍA Y DESARROLLO DEL CONCEPTO

4.1. BREVE RECORRIDO POR EL DISEÑO DISCOGRÁFICO

Tras la Primera Guerra Mundial, la elaboración de portadas de discos fue tomando fuerza paulatinamente, a la par que el desarrollo de la industria discográfica iba en aumento.

Los primeros discos que se comercializaron como tal, durante la primera mitad del siglo XX, se llamaron álbumes como estrategia de mercado: el álbum fotográfico era un producto mucho más conocido para el público, por lo que adoptaron no sólo el nombre, sino también el formato —una especie de libro con sobres donde se introducían los discos de vinilo, dejando un círculo hueco en el centro para dejar ver el título y el artista (Fig. 1)— para poder darles una fácil salida al mercado.

A lo largo de las décadas, tanto los formatos de soporte de audio como el diseño de las portadas de los mismos ha experimentado una notable evolución, acompañada siempre por la propia evolución de la industria.

4.1.1. Alex Steinweiss: creador de la portada musical

Fue un diseñador nacido en Nueva York en 1917, y se considera el padre de la portada de disco o carátula al darse cuenta de su importancia a la hora de vender los mismos.

Trabajó como diseñador en Columbia Records, donde planteó por primera vez



Fig. 1: Antiguo packaging discográfico.



Fig. 2: *Smash songs hits by Roger & Hart* (1938). Alex Steinweiss.

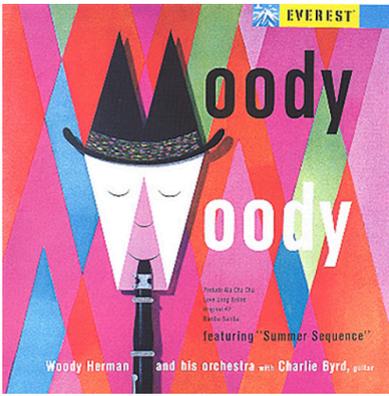


Fig. 3: *Moody Woody* (1959), de Woody Herman. Alex Steinweiss.

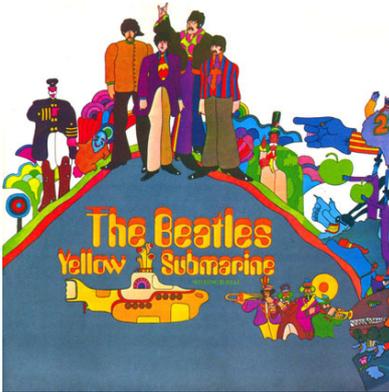


Fig. 4: *Yellow Submarine* (1966), de The Beatles. Heinz Edelmann.

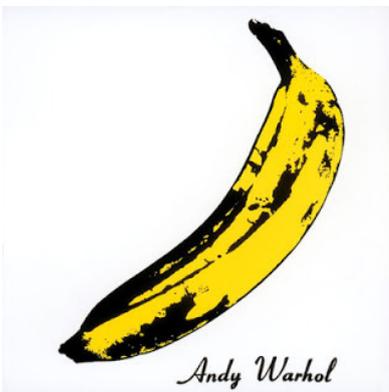


Fig. 5: *The Velvet Underground & Nico* (1967) de The Velvet Underground. Andy Warhol.



Fig. 6: *Thick as a Brick* (1972) de Jethro Tull. Roy Eldridge.

un tipo de *packaging* diferente —no sólo por su falta de estética, sino también porque los vinilos se dañaban—. Como resultado, su propuesta sería una plancha de cartón doblada para que fuera cuadrada, en la que podía insertarse el vinilo sin rayarlo y a la que, además, se le podía añadir una funda de plástico para mayor protección. Columbia Records, por su parte, quedó tan satisfecha que le encargó el diseño del primer disco comercializado con este formato. De esta forma, en 1938, *Smash songs hits by Rodgers & Hart* se convirtió en el primer disco con carátula que salía de la industria discográfica (Fig. 2). Este hecho permitió el aumento de las ventas de discos, ya que al facilitar una carátula ilustrada el público podía identificar la imagen con la música que contenía el vinilo, y que por lo tanto, estaba a punto de comprar¹.

Durante la Segunda Guerra Mundial, Steinweiss dejó la compañía de Columbia Records para diseñar carteles propagandísticos. Pero una vez que terminó la guerra, volvió a trabajar en el mundo discográfico, aunque esta vez como autónomo para diferentes empresas de la industria.

A nivel artístico, su estilo es reconocido por las influencias que tomó de corrientes como el Cubismo, el Art Déco, o el Pop Art.

4.1.2. La época dorada

A partir de los años 50, sellos discográficos como Blue Note o Impulse, centrados en la música Jazz, fueron comprendiendo la importancia de las portadas de sus álbumes, por lo que comenzó un despliegue creativo hacia la industria del disco de la mano de artistas como Reid Miles. Por aquel entonces, los diseños se centraban en cromatismos y formas tipográficas; sin embargo, sellos como Blue Note apostarían enseguida por la ilustración con artistas que ya tenían cierto nombre en el panorama artístico, como Andy Warhol. La fotografía también empezó a ganar terreno en este ámbito, convirtiéndose de un importante medio de expresión en las carátulas de la música moderna con autores como Francis Wolff.

Durante las décadas de los años 60 y 70, la música y cultura Pop/Rock terminó de encumbrar el diseño discográfico, convirtiéndolo en muchos casos en iconos de la cultura. En estos años, la experimentación gráfica y los nuevos lenguajes visuales sufrieron un auge repentino, acompañado por la misma tendencia de la música popular de aquel tiempo, que dejó portadas emblemáticas como la de *Yellow Submarine* (1966) de The Beatles (Fig. 4), diseñada por Heinz Edelmann, o el famoso disco *Velvet Underground & Nico* (1967) (Fig. 5) de Andy Warhol².

Asimismo, el Rock n' Roll y los nuevos subgéneros más contestatarios proclamaron sus intenciones reivindicativas también por medio de sus carátulas con recursos gráficos completamente innovadores —aunque, en muchos casos, dependientes de un enorme presupuesto por costes de producción—; es el caso de *Thick as a brick* de Jethro Tull (Fig. 6), cuyo diseño se basa en una parodia de un periódico local compuesto por 12 páginas repletas de crucigramas, artículos,

1. MCKNIGHT-TRONTZ, J. (2000). *For the Record: the life and work of Alex Steinweiss*.
2. ALONSO, R. L. (2021). *Portadas de discos: «packaging» para la música*.



Fig. 7: *Physical Graffiti* (1975) de Led Zeppelin. Peter Corriston.

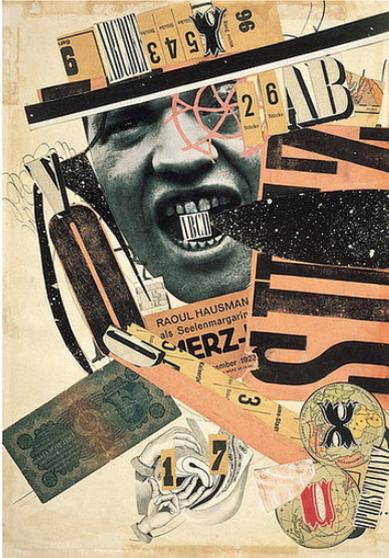


Fig. 8: *ABCD (autorretrato)* (1923-24), de Raoul Hausmann, artista dadaísta.



Fig. 9: *God save the Queen* (1977), Sex Pistols. Jamie Reid.



Fig. 10: Sello presidencial de EE.UU (izq.) y logotipo de Ramones (dcha.), diseñado por Arturo Vega.

etc. a modo de diario real. O *Physical Graffiti* de Led Zeppelin (Fig. 7), cuya portada consistía en la fotografía de un edificio con las ventanas troqueladas para poder mostrar el interior repleto de imágenes de la banda³.

4.1.3. Transformación y panorama contemporáneo

En 1973 se produjo la conocida como la Crisis del Petróleo, que azotaría sin remedio a EE.UU y Europa, cunas del desarrollo discográfico. Esto precipitó un reajuste de presupuestos, por lo que las compañías discográficas ya no poseían tantos medios para dar rienda suelta a la creatividad de los artistas, y la industria, como consecuencia, sufriría una caída importante en el ámbito gráfico.

Además, durante la década de los 70 surgió un nuevo subgénero del Rock, más inconformista y rebelde, e incluso de alguna forma, más agresivo. Con influencias del Rock n' Roll de los años 50, mezclado con tintes de Garage Rock e incluso del Surf Rock, y con tempos inusualmente rápidos hasta la fecha, se dio el nacimiento del Punk. Esto marcaría irremediabilmente la estética de toda una década, no sólo en lo referente a la música, sino también en toda una cultura visual que estuvo ligada al propio movimiento.

Estos acontecimientos darían pie a una nueva era en el sector discográfico; las compañías ya no requerían necesariamente la participación de un artista de renombre para diseñar las portadas, pues el nuevo movimiento tenía como filosofía lo instantáneo, urbano e improvisado para reafirmar su rebeldía contra un sistema capitalista considerado enemigo, por lo que muchos de los artistas contratados por los sellos eran principiantes o aficionados. Debido a su carácter alternativo a la corriente dominante del momento, el Punk puso en valor la filosofía del “do it yourself” —«hazlo tú mismo»—, lo que generaría todo un estilo gráfico propio y característico de este movimiento no sólo en portadas de discos, sino también en folletos, cartelería, etc. El *collage* y el apropiacionismo — para replantear imágenes icónicas de la época con un nuevo mensaje adaptado a la cultura emergente— fueron técnicas muy características de este subgénero, que a la vez se apoyó en una estética dadaísta (Fig. 8), muy acorde a los valores de caos y sinsentido que pretendía transmitir; como ejemplos claros de esto encontramos la portada de *God save the queen* de Sex Pistols (Fig. 9), o el icónico logotipo de Ramones (Fig. 10), creado por el diseñador gráfico Arturo Vega a partir del sello presidencial de EE.UU. A nivel gráfico, fue también la época de los fanzines, cuya estética estaba ligada al movimiento Punk; ejemplos de los fanzines más populares son *Sniffin' Glue* (Fig. 11) o *Punk Magazine*⁴.

Durante los años 80 se produjeron dos eventos a tener en cuenta en el desarrollo de la industria. Por un lado, la aparición del videoclip, que se posicionaría como principal complemento visual de la música que vendía, forzando a la portada de disco a quedar en un segundo plano; por otro lado, la introducción del *compact disc* —CD— como formato revolucionario y sustitutivo

3. *La época dorada del diseño de carátulas*. (2012). Tinta Estudio. <https://tintaestudio.wordpress.com/2012/06/28/la-epoca-dorada-del-diseno-de-caratulas/>.

4. *Diseño Gráfico Punk*. (2018). Grafous. <https://www.grafous.com/disenio-grafico-punk-stencil-rock/>.

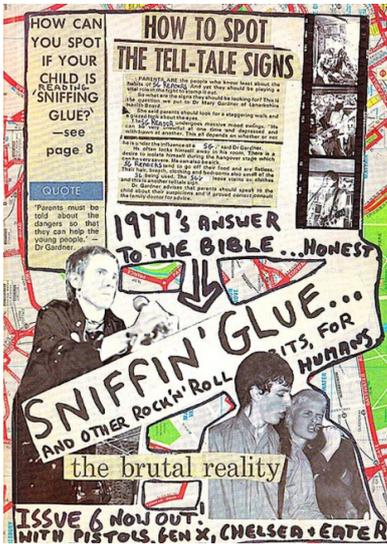


Fig. 11: Portada del fanzine *Sniffin' Glue*.

del vinilo, lo que obligaba a reconvertir las carátulas a un tamaño menor —de 30 x 30 cm. a 12 x 12 cm.—. Esta crisis de la carátula se agravaría en la década de los 90 con la introducción del formato MP3, transformando el espacio de diseño a uno meramente digital, por lo que el tamaño quedaba aún más reducido⁵.

En la actualidad, el mercado discográfico ha experimentado un cambio sin precedentes; la introducción inevitable de la música streaming con plataformas como Spotify o iTunes ha revolucionado por completo el sector, cambiando drásticamente la forma de consumo musical, y por tanto, la forma de venta. En el ámbito gráfico, este aspecto ha influido de manera notoria, ya que cada vez es menos frecuente el lanzamiento de un álbum completo —también conocido como *Long Play*, LP—, y sin embargo se recurre con más asiduidad a la publicación de canciones independientes —*singles*—.

Pero, por otra parte y a la par, se experimenta el renacimiento y rescate de los viejos formatos como el vinilo⁶, aunque con una nueva perspectiva de consumo: ya no es tanto el deseo de experimentar gráficamente para transmitir la música contenida a través de la portada —como en el caso de los años 50-60— ni la necesidad de reivindicación y ruptura con la corriente dominante —como en los 70-80—, sino que pesa más el afán de coleccionismo y acercamiento íntimo desde la perspectiva del público hacia el artista músico, todo ello traducido a través del diseñador.

4.2. PRINCIPALES REFERENTES

4.2.1. Referentes conceptuales: el cuento

Para hablar del origen de esta fórmula narrativa debemos remontar a los primeros grupos humanos, y a esa habilidad tan inherente a éstos que comenzó con la aparición del lenguaje: la narración de historias. A través de estas historias, de carácter mítico-religioso en su mayoría, el ser humano podía conocerse a sí mismo y darle sentido a su existencia y al entorno en el que habitaba, transmitiendo la información de boca en boca.

Pero no sería hasta la aparición de la escritura cuando podemos encontrar los primeros ejemplos de cuentos o historias de los que se tenga registro. Estas primeras narraciones escritas se remontan al Antiguo Egipto con ejemplos como *Textos de las pirámides* (circa 3050 a.C.) o el conocido *Libro de los Muertos* (circa 1550 a.C.)⁷. También las primeras manifestaciones que se conservan del cristianismo se consideran narraciones primitivas, como la propia Biblia (circa 2000 a.C.). En todos estos casos puede observarse un fuerte carácter religioso ligado a los textos.

Ya hablemos de cuento, fábula, novela o demás fórmulas narrativas, lo cierto es que desde sus inicios orales, las historias se han construido en torno a unos esquemas que comenzaron a utilizarse desde las primeras epopeyas griegas,

5. LÓPEZ MEDEL, I. (2014). *La muerte y la resurrección de la portada de discos*, 45-47.

6. LÓPEZ MEDEL, I. (2014). *La muerte y la resurrección de la portada de discos*, 51-56.

7. JACQ, C. (1999). *El saber mágico en el Antiguo Egipto*.

como la *Ilíada* o la *Odisea* de Homero. Estos esquemas se han ido reforzando, reestructurando o matizando a lo largo de los siglos, pero sin embargo siguen conservando las partes esenciales del discurso. Estos principales esquemas pueden distinguirse, grosso modo, en dos tipos: 1) la que se considera la fórmula más básica y primigenia de la narración, el esquema de tres partes compuesto por inicio, nudo y desenlace, y 2) una fórmula algo más elaborada: el viaje del héroe. Éste último ha ido mutando a lo largo de los años, hasta que Joseph Campbell, escritor y mitólogo, en su obra *El héroe de las mil caras*, logró establecer el modelo y legar la que se considera la principal estructura narrativa actualmente en novela de fantasía y ciencia ficción⁸.

Tomando como referencia esta última estructura, y volviendo a la construcción del trabajo, se ha fundamentado la composición del mismo en torno a estos parámetros narrativos como primeros puntos del partida. El orden de las canciones en el propio álbum sigue estos principios —resumidos en ocho pasos, pues es el número de canciones que lo componen—, al igual que capítulos, basándose así en la estructura narrativa del viaje del héroe como hilo conductor a través de la experiencia artística que representa el propio LP. Cabe destacar, aun así, que las ocho canciones de las que consta el disco no poseen una relación conceptual entre ellas; es el orden de las mismas a posteriori el que, siendo aprobado por el grupo en conjunto, se diseñó para que articulara mediante los significados de sus letras y las cadencias de los ritmos —canciones valle (baladas) y canciones pico— la estructura citada anteriormente.

Además, el nombre del álbum (*White Rabbit*) hace referencia directa —como ya se dijo en el punto 3 de Metodología— al icónico personaje de la novela de Lewis Carroll *Las aventuras de Alicia en el País de las Maravillas*; de la misma forma, la canción principal que lleva el mismo nombre narra la historia en primera persona de la que pudiera ser Alicia atrapada en un mundo extraño, encontrándose con diferentes y pintorescos personajes a lo largo de su recorrido. Partiendo de esta base, ya inspirada en los cuentos y la narración moderna, el diseño del álbum se ha enfocado hacia estos parámetros, tomando en cuenta dichas referencias para articular un diseño cohesionado.

4.2.1.1. *White Rabbit: storytelling* en el diseño

Según Ellen Lupton: «Un cartel o una ilustración también son objetos temporales. La mirada vaga por su superficie, corriendo de un detalle a otro para construir una imagen completa, concentrándose en algunas áreas y dejando otras en segundo plano. Un libro comprime el espacio y el tiempo entre dos cubiertas. Un libro contiene una secuencia fija de páginas, pero los usuarios pueden adentrarse en él (y salir) por el punto que ellos escojan⁹».

Partiendo de la concepción que Lupton sugiere del diseño, entendido como una narración —objeto temporal que se ajusta a una serie de pasos o estadios ordenados cronológicamente—, este trabajo ha sido organizado y fundamenta-

8. CAMPBELL, J. (2020) *El héroe de las mil caras*.

9. LUPTON, E. (2017). *El diseño como storytelling*, 19.

do en torno a ese concepto. De la misma forma que Lupton ejemplifica el discurso hablando de un libro, una maqueta musical o álbum puede considerarse una historia que contar, distinguiéndose del primero por el medio que utiliza para esa narración —lenguaje escrito frente a lenguaje oral y sonido—.

Con el objetivo de potenciar este concepto, en *White Rabbit* las canciones —como se apuntaba en el apartado anterior— están ordenadas de manera intencionada para crear ese arco temporal mediante los significados de las pistas; al mismo tiempo, la parte gráfica del diseño está basada en la historia y personajes de una de las novelas más significativas de la literatura europea, ligada directamente con el *late motiv* del álbum. Todo ello con la finalidad de reforzar el aspecto narrativo de la experiencia que puede ofrecer un álbum musical, no sólo en el sentido visual o estrictamente literal, sino como conjunto desde una perspectiva de producto.

4.2.2. Referentes artísticos y formales

Dentro de la categoría de referentes artísticos y formales se encuentran varios artistas, sobre todo ligados al mundo del diseño gráfico, y en especial, discográfico.

4.2.2.1. Reid Miles

Fue un diseñador y fotógrafo estadounidense nacido poco antes de la Gran Depresión, en 1927. En los años 50, y tras mudarse a Nueva York, Miles trabajó para el pintor y diseñador John Hermansader; gracias a ello entró en contacto con la discográfica Blue Note, especializada en música Jazz, de la que posteriormente se convertiría en director creativo. Miles llegó a diseñar, entre los más de quinientos trabajos que se le atribuyen, las más representativas portadas de Blue Note.

La obra de Miles se caracteriza, sobre todo, por el uso de la fotografía en blanco y negro —del fotógrafo Francis Wolff— a la que añadía un tinte de color para homogeneizar la portada a la par que abarataba los costes de producción¹⁰. Además, el uso frecuente de tipografías grotescas para los títulos en cajas compactas y jerarquizadas marcan las diferencia con el resto de diseños que se empleaban en los años 50, sobre todo en la industria del Jazz, caracterizados en su mayoría por ilustraciones desenfadadas de los propios músicos posando con sus instrumentos.

4.2.2.2. Peter Saville

Conocido diseñador gráfico de nacionalidad inglesa, Saville comenzó su ascensión hacia el reconocimiento a partir de su participación en el sello discográfico Factory Record a finales de los años 70, primero como diseñador y después como director creativo. Entre sus creaciones más famosas pueden

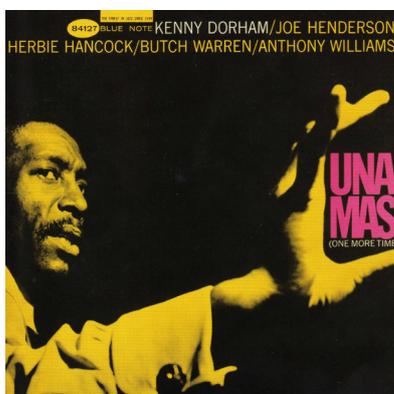


Fig. 12: *Una más* (1963) de Kenny Dorham, diseño de Reid Miles y fotografía de Francis Wolff.

10. LÓPER MEDEL, I., GUTIÉRREZ DE CABIEDES, L., & ALONSO MOSQUERA, H. (2008). *Reid Miles: Creador de un estilo para Blue Note*.

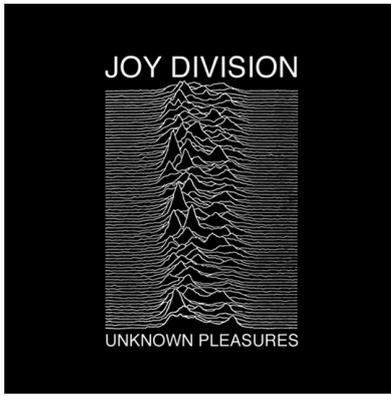


Fig. 13: *Unknown Pleasures* (1979) de Joy Division, Peter Saville.



Fig. 14: *Movement* (1981) de New Order, Peter Saville.

citarse las portadas para las bandas de música Joy Division (Fig. 13) o New Order (Fig. 14). Puede que uno de los puntos más significativos del trabajo de Peter Saville sea la elegancia de sus diseños, basados en conceptos simples que captan y reflejan a la perfección el significado de lo que se pretende transmitir¹¹.

En sus composiciones destaca el uso de lo digital, expresado mayoritariamente en formas geométricas y patrones; los colores de sus trabajos son tonos vivos, apostando por grandes contrastes de tintas planas. Como la mayor parte de los diseñadores formados en las décadas de los años 70 y 80, el uso de la tipografía es crucial en sus diseños, sobre todo el uso de grotescas de tamaño considerable para que tomen el protagonismo de la composición. Aunque también encontramos ilustración en alguno de sus diseños, no suele ser una técnica central en su obra; limita el dibujo a una línea simple y continua que funciona como contorno, acercándose más al icono que a la ilustración. Otra técnica bastante recurrida en su obra es el uso de la fotografía.

4.3. MAPA CONCEPTUAL

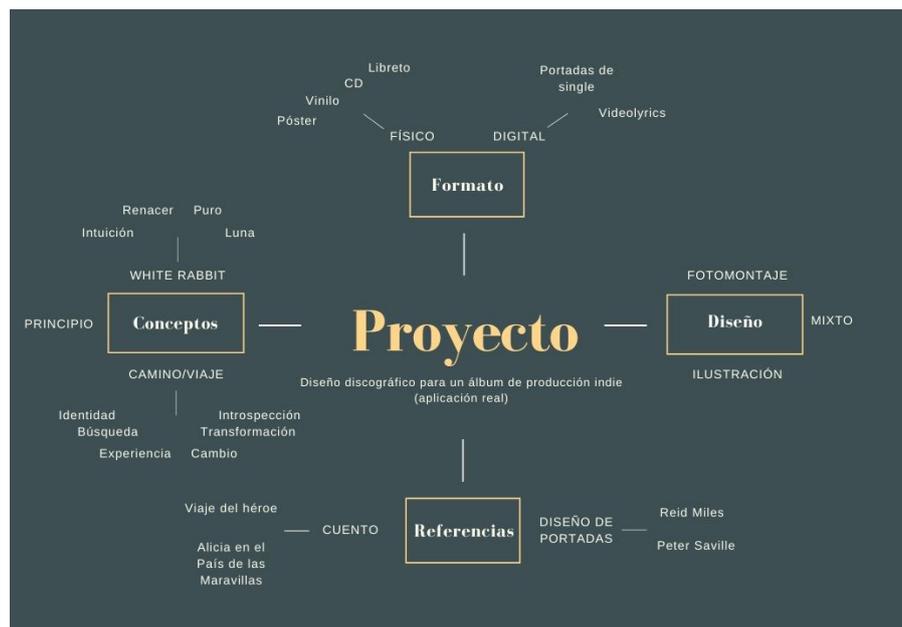


Fig. 15: Mapa conceptual del proyecto.

Atendiendo al mapa conceptual que se muestra en la fig. 15, se ha organizado el proyecto a raíz de cuadro apartados o ámbitos para procurar abarcar todos los aspectos del trabajo.

En primer lugar el formato, dividido en dos tipologías: físico y digital. Dentro del formato físico encontraríamos todo lo referido al diseño de carátulas —tanto en CD como en vinilo—, así como el libreto de canciones que se incluiría en el CD, y el póster —pensado en un primer momento para que abarcara un tamaño

11. Peter Saville. (2014). Design Museum. <https://designmuseum.org/designers/peter-saville>.

de al menos 60 x 60 cm.—, que formaría parte del contenido extra y de carácter más personal de los elementos del disco en físico. Por otra parte, en la tipología de digital se encontrarían las portadas de los singles de publicación independiente —previa a la publicación de la maqueta al completo—, y la creación de cuatro vídeos que los acompañarían en la promoción de dichos singles, conteniendo la letra de las canciones; este último elemento de *video lyrics* no se ha podido realizar finalmente.

En un segundo apartado encontramos el aspecto del diseño, dividido en las tres técnicas que se han empleado en el proceso de creación gráfica, y que quedan ampliamente explicadas en el apartado 5 de esta memoria. Éstas son el fotomontaje, la ilustración digital y, por último, una combinación de ambas que daría lugar al diseño final.

En el tercer punto encontramos las referencias, siendo dos las principales fuentes de inspiración: el cuento, directamente ligado al concepto de White Rabbit que le da nombre al disco, y por supuesto, el diseño discográfico de los grandes artistas de este campo.

Por último, la recopilación de conceptos que matizan y expresan las ideas contenidas tanto en las canciones del álbum como en la trayectoria de la propia banda. Por ello se ha dividido en tres grandes ramas: el *late motiv* del álbum, White Rabbit, incluyendo la simbología que la figura del conejo blanco ha tenido en la cultura popular y en diferentes partes del mundo; éstos van desde significados relacionados con el aspecto, como «puro», entendido como algo inmaculado, procedente del concepto «blanco» —también relacionado con la resurrección y los principios¹², a otros más espirituales y culturales, como su vinculación con la Luna en diversas culturas, como la azteca¹³; el principio, ya citado anteriormente, en estrecha sintonía con el concepto blanco que se repite constantemente en la simbología conceptual del álbum; y, por último, el camino o viaje, que parte del campo semántico de la narración y la idea de estructura.

5. DISEÑO DEL PROYECTO

5.1. PRIMERAS APROXIMACIONES: LÍNEAS DE TRABAJO

Como ya se ha explicado en apartados anteriores, la definición del estilo gráfico del álbum fue un proceso largo y algo complejo, ya que el hecho de plasmar el carácter múltiple de la banda era un aspecto prioritario. Por ello se decidió llevar a cabo varias líneas de investigación y experimentación gráfica, de forma simultánea, con el fin de llegar hasta el resultado óptimo que pudiera recoger los valores y conceptos que se habían preparado tras el proceso teórico.

El formato que se contempla en las diferentes líneas de trabajo es siempre el cuadrado, de 12 x 12 cm., siendo la medida estándar para el formato de CD; en la versión de vinilo, que más adelante se detallará en otro punto dependiente

12. HELLER, E. (2004). *Psicología del color*, 20-21.

13. ALFONSO, C. A. (2019). *El pueblo del Sol*, 25..



Fig. 16: Imagen original #1.



Fig. 17: Imagen original #2.

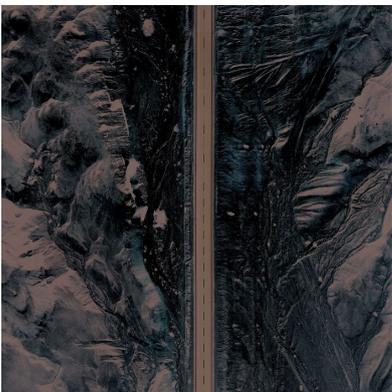


Fig. 18: Imagen #1 manipulada.

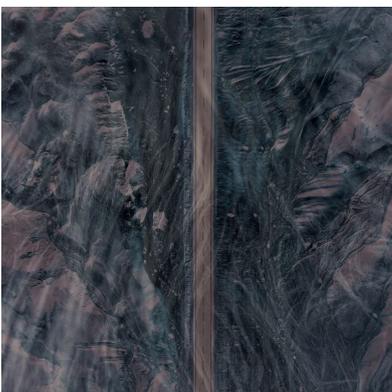


Fig. 19: Resultado final.

de este mismo epígrafe, las medidas varían para adaptarse a su formato oficial —siendo éste variable entre 30 x 30 cm. y 32 x 32 cm.—, por lo que se consideró una medida de 32 x 32 cm.

5.1.1. Fotomontaje

En una primera aproximación al diseño, la técnica del fotomontaje fue la línea de investigación a seguir. Esta etapa del desarrollo de la parte gráfica se realizó enteramente con el *software* Adobe Photoshop, una herramienta que permite la manipulación de la imagen al nivel que el proyecto requería.

Partiendo de uno de los conceptos barajados desde la creación del mapa conceptual —el camino como recorrido vital itinerante, ligado con el concepto de narración— se sucedieron una serie de bocetos que reflejaban esta idea.

Para una primera versión de portada, se eligió una fotografía que muestra una carretera solitaria, desde un punto de vista cenital, que atraviesa una amplia llanura (Fig. 16); la segunda imagen elegida es una fotografía que muestra la textura propia del pelo animal (Fig. 17), un concepto ligado al nombre de la banda —Animal Disorder—. Entre estas dos imágenes, y mediante una serie de manipulaciones rebajando opacidad, ajustando el color y los parámetros de luminosidad y contraste, se llegó al primer resultado (Fig. 19).

En una segunda versión de esta portada, manteniendo la imagen inicial de la carretera en ángulo cenital, se combinó esta vez con una fotografía que mostraba otra carretera, pero esta vez desde un ángulo frontal; este cambio de óptica permitía plasmar el mismo concepto —el camino— pero desde un ángulo diferente, abordando el significado de la relatividad del punto de vista y creando así una lectura distinta: el viaje es subjetivo, todo depende de la perspectiva que se decida adoptar. Este último concepto también recogía de forma fiel una de las ideas principales que se encuentran implícitas en más de una canción del álbum *White Rabbit*, por lo que constituía un buen punto de partida a tener en cuenta para la cohesión del diseño.

Además de las portadas, otro diseño que se pretendía alcanzar con este modelo era el fondo que se utilizaría en el libreto de canciones (Fig. 22). El proceso para obtener esta imagen fue el mismo que se llevó a cabo con las portadas anteriores; la única diferencia radica en que se tomaron imágenes diferentes para que el resultado tuviera alguna variabilidad respecto a la portada. En este caso, el formato que se eligió fue de 12 x 24 cm. para conseguir que una misma imagen apaisada pudiera funcionar como fondo en una página doble, condicionado por el propio formato del libreto, sin que hubiera ningún corte que interrumpiera la continuidad de la imagen.

Este modelo de diseño quedó finalmente descartado. Aunque las aproximaciones conceptuales que se conseguían con esta línea estaban en sintonía con ciertas ideas que habían surgido del mapa conceptual, y que pertenecían también al mismo universo identitario de palabras y sensaciones creativas de *Animal Disorder*, el concepto de *White Rabbit* —el verdadero hilo conductor de toda la trama gráfica— no se veía representado. Además, el estilo



Fig. 20: Imagen original #2 de la segunda versión.



Fig. 21: Resultado final de la segunda versión.



Fig. 22: Resultado final del fotomontaje para página del libreto.



Fig. 23: Versión #1. Ilustración digital.

resultante —estéticamente— parecía evocar conceptos diferentes por completo respecto al estilo y la música del propio grupo. Los contrastes y las formas duras que resultaron del fotomontaje, con colores casi eléctricos, se aproximaban más a lo «industrial», «pesado» e incluso «electrónico», alejándose por mucho del carácter musical de Animal Disorder.

5.1.2. Ilustración digital

En este segundo modelo del diseño, la técnica empleada fue la ilustración digital, por medio del *software* Adobe Illustrator. A partir de bocetos creados a mano, se escanearon las ilustraciones para su posterior digitalización. Para enfocar el diseño de este modelo, se planteó la creación de un personaje —que respondería al nombre de White— que encarnara de alguna forma el *late motif* del disco, y que sirviera de hilo conductor y cohesionador de todo el proyecto. White, a través de los capítulos de su historia —las propias canciones— recorrería un camino gráfico, y a la vez musical, hasta el final del disco como si de una antigua epopeya se tratase. Sin embargo, este modelo quedó descartado por ajustarse en menor medida al proyecto; dado que el álbum que ilustraría no es un disco conceptual —pensado desde su inicio para tratar sobre un tema concreto y desarrollar una historia a través de las canciones—, el personaje de White y la idea de su viaje quedaba demasiado alejado de la concepción original del álbum, concediéndole un aspecto conceptual y narrativo que en realidad no posee.

En las portadas que se crearon bajo esta premisa del segundo modelo, puede observarse como tema central al propio personaje, tanto en una versión más antropomorfa (Fig. 23) como en otra un poco más fiel al personaje del Conejo Blanco que ilustraría (Fig. 24).

De la misma forma que en el caso del primer modelo, se creó una ilustración en tamaño 12 x 24 cm. para que funcionara como imagen completa en la doble página del libreto (Fig. 25). En este caso, mientras que en el primer modelo se perseguía la coherencia entre el significado de la imagen y el concepto que lo envolvía, en este modelo el énfasis estaba centrado en plasmar la atmósfera de las canciones en las ilustraciones, creando paisajes imaginarios y elementos de fantasía.

5.1.3. El diseño final

Tras pasar por el diseño de estos dos modelos con técnicas diferenciadas, se optó por un tercer modelo que reunía tanto ilustración como fotografía. Este tercer modelo recoge la esencia de la canción White Rabbit, así como del título del álbum, y también hace referencia al imaginario de la novela de Carroll; la diferencia es que incluye —en el libreto— fotografías sobre el escenario de los integrantes de la banda, en pleno concierto, mostrando directamente la actividad del grupo y el ambiente musical que se desprende de ella.

Como puede apreciarse en la portada (Fig. 26), el tipo de ilustración escogido como el estilo definitivo se caracteriza por una figura realista, compuesta por



Fig. 24: Versión #2. Ilustración digital.



Fig. 25: Ilustración para el fondo de página del libreto.



Fig. 26: Portada definitiva.

Fig. 27: Ilustración de *Las aventuras de Alicia en el País de las Maravillas*. John Tenniel.

una línea fina y de contorno que delimita el dibujo. Este estilo está inspirado, principalmente, en las ilustraciones que aparecían en muchas de las novelas y cuentos de los siglos XVIII y XIX, realizadas sobre todo con la técnica del gravado a punta seca; es el caso de las ilustraciones de la edición original de *Las aventuras de Alicia en el País de las Maravillas* (Fig. 27), realizadas por John Tenniel¹⁴. Las fotografías se reservaron para el interior del libreto.

Respecto al color, el blanco predomina en la composición, siendo la línea y la tipografía en color negro. Se eligió el color blanco por aparecer explícitamente en el propio nombre del disco.

La tipografía elegida es la familia Gotham, en sus versiones *thin*, *black* y *regular*. Esta elección estuvo condicionada por el diseño del logo del grupo Animal Disorder, que contiene la misma tipografía, y se realizó varios años antes a este proyecto, quedando como imagen de marca del grupo. Por ser significativa de éste, la familia Gotham representó tipográficamente además la contraportada —también de la versión en vinilo— y los títulos en el libreto de canciones.

5.2. DISEÑO DEL LIBRETO

Después de obtener el diseño definitivo de la que sería la portada, tras pasar por todas las pruebas citadas en el apartado anterior, comenzamos a diseñar el interior del libreto de canciones, que contendría las letras de los ocho temas del disco y una doble página con contenido de carácter más personal —que desarrollaremos más adelante en este apartado—.

5.2.1. Ilustraciones

El primer paso que se llevó a cabo en el diseño del libreto fue la ejecución de las ilustraciones; éstas debían ser de un estilo acorde a la ilustración de portada, y además debían pertenecer del mismo modo a la atmósfera que se había elegido para representar la parte gráfica, es decir, la que contiene la canción principal del álbum White Rabbit, del mismo nombre. Para ello decidimos que las ilustraciones del interior estarían basadas en personajes que aparecen en la letra de la canción, así como en elementos del paisaje que describe. Todo ello en un estilo realista acorde con la portada, siendo dibujos que funcionan como elementos aislados (Fig. 28).

5.2.2. Texto y tipografía

Como ya se ha comentado en el apartado anterior, para el título del álbum de la portada, así como para el nombre del grupo, se usó la tipografía Gotham (Fig. 29); para mantener la coherencia a lo largo del diseño, esta tipografía se usó también en el interior para los títulos de las canciones y para las cajas de texto que contenían los números de las mismas para marcar su orden en el álbum.

Estas cajas de texto numérico se ampliaron a un tamaño de 200 puntos para

14. MORRIS, F. (2005). *Artist of Wonderland: The Life, Political Cartoons, and Illustrations of Tenniel*.



Fig. 28: Ilustraciones del interior del libreto.

que ocuparan gran parte de la página, y de esta forma pasaran a convertirse en un elemento gráfico más; además, se rotó su orientación en sentido horario en cada página para potenciar el dinamismo de la composición. Los colores que se eligieron para este texto son el blanco —para las páginas en color— y el negro, reduciendo su opacidad al 10% en las páginas en blanco; esta última decisión estética se tomó para que los números, a un tamaño tan grande, no afectaran a los demás elementos de la página respecto a la composición, por lo que la solución de reducir su opacidad fue un recurso acertado para conseguir la armonía estética de todos los elementos.

Por otro lado, para las cajas de texto que contienen el cuerpo de las letras se usó la tipografía Garamond (Fig. 30), consiguiendo una complementariedad visual muy atractiva junto a la Gotham al tratarse de una tipografía con remates.

5.2.3. Color

Otro elemento importante en el libreto es el color, que a diferencia de la portada, aquí sí juega un papel articulador junto con las ilustraciones, las cajas de texto y las fotografías. Se eligió el amarillo CMYK #FFD900 (Fig. 31) para las tintas planas de color que aparecen en el libreto. Esta elección estuvo sujeta a gusto personal de la banda tras mostrarles varias versiones con otros colores, por lo que no se le puede atribuir un significado teórico a dicha elección.

Para favorecer el dinamismo de la composición a doble página, se añadió una página en color plano que contrastara junto a una de fondo blanco con fotografía y texto —o ilustración y texto—. Este elemento consigue un efecto llamativo y articula el movimiento del paso de página a través de las hojas del libreto.

GOTHAM
gotham
GOTHAM

Fig. 29: Tipografía Gotham en los modos que se han usado en el diseño.

Garamond

Fig. 30: Tipografía Garamond, usada en el cuerpo del texto.



Fig. 31: Amarillo elegido para las tintas planas del interior del libreto.

5.2.4. Fotografía

Como último elemento a tener en cuenta en la composición del libreto, la fotografía tiene un peso considerable. Se han incluido ocho fotografías a color (Fig. 32) —en las que el grupo aparece dando un concierto, seleccionando a los miembros por separado o, a lo sumo, por parejas— y una en blanco y negro (Fig. 33), donde aparecen los cinco integrantes de la banda en un contexto diferente —sesión fotográfica fuera del entorno de concierto o ensayo—, y que



Fig. 32: Fotografías (color) del interior del libreto.



Fig. 33: Fotografía original y su conversión a blanco y negro.

se ha usado para una doble página introducida a la mitad del libreto donde aparecen —además del logo del grupo y la fotografía— comentarios de carácter personal de cada uno de los miembros, obtenidos de una entrevista realizada a la banda tiempo atrás. Decidimos introducir esta pequeña composición para añadir al diseño discográfico un toque de intimismo, algo que pudiera reflejar la parte personal de cada uno de los miembros separada de su parte musical y más artística.

Las fotografías aparecen en las esquinas y bordes de las páginas —a excepción de la fotografía en blanco y negro—, siempre en formato cuadrado y con una saturación de color ligeramente elevada para ayudar al movimiento de la página junto a las tintas planas en amarillo. Todo ello configura un abanico de colores que potencia el contraste entre el interior y el exterior del libreto.

5.3. VERSIÓN EN VINILO Y EXTRAS

La dinámica para el diseño de la versión en vinilo fue similar a la del CD, con la diferencia de que ya partíamos de un diseño previo, por lo que el objetivo esencial de esta parte era adaptarnos y configurar un aspecto visual coherente con el primero, pero al mismo tiempo que marcara una pequeña diferencia respecto al uso de los elementos citados en el apartado anterior.

De esta forma, se mantuvo como hilo conductor el color amarillo, en consonancia con el blanco y negro, junto a la imagen del White Rabbit de la portada del CD. Para el diseño del interior de la carpeta del vinilo se usó una fotografía del grupo que la ocupara todo el espacio (Fig. 35); en ella podemos ver a la banda posando en un ambiente natural, desprendidos de sus respectivos instrumentos y del entorno musical habitual —al igual que en la imagen usada para la doble página de carácter personal incluida en el libreto de canciones—. Esta imagen fue modificada para adaptarla al diseño mediante el *software* Adobe Photoshop. Primero se tradujo la fotografía a blanco y negro, potenciando los tonos de claroscuro para conseguir mayor textura y volumen en la imagen; después se jugó con el fondo, aplicando un potente desenfoque gaussiano, en contraste con la nitidez de las figuras de los miembros de la banda, para concentrar la atención en ellos; por último se introdujo el color amarillo, tintando las figuras de los cinco integrantes y potenciando su relación con el fondo mediante el contraste. Este apartado también incluye el diseño de la lámina con las letras impresas (Fig. 36), incluida en la carpeta del vinilo; ésta se diseñó en un tamaño de 30 x 30 cm., respetando el estilo marcado por el libreto del CD: las tipografías Gotham y Garamond para títulos y cuerpo de texto respectivamente, los colores amarillo, negro y blanco presentes en el fondo de la lámina y en la letra, y una caja de texto a 200 puntos situada en el lateral para marcar, en este caso, la cara del vinilo en el que se encuentran esas canciones —A y B—.

Otro elemento incluido en el lanzamiento de la maqueta White Rabbit, perteneciente al ámbito denominado como «extras» en este trabajo, es el diseño de un póster de tamaño 60 x 60 cm.; éste consta de dos caras: una que contiene la imagen de portada de CD y vinilo, pero mostrando el rostro del animal por



Fig. 34: Portada de la versión en vinilo.



Fig. 35: Fotografía original y su modificación para el interior de la carpeta de vinilo.



Fig. 36: Lámina de canciones incluida en la versión en vinilo.

completo con ambos lados, y otra en la que aparece el diseño ampliado de la doble página de carácter personal que incluimos en el libreto. Este póster está planteado como complemento dentro del artwork de White Rabbit, y dejando una posibilidad abierta con su diseño para la creación de futuro merchandising de la maqueta.

Por último, como parte de la promoción en formato digital, se han incluido el diseño de las portadas (Fig. 37) de las cuatro canciones publicadas independientemente y previo lanzamiento del disco al completo. El diseño para estos *singles* se planteó, a petición de la banda, como elementos autónomos al *artwork* completo del CD y vinilo —a excepción de la portada de la canción White Rabbit, por ser la que comparte nombre con la maqueta—.



Fig. 37: Diseño de las portadas para los cuatro singles.

6. RESULTADOS FINALES



Fig. 38: *Mockup* de la carátula.



Fig. 39: *Mockup* de la carátula y el libreto desplegados.



Dimension

I hear the stars from the inside
But no one's leaving me.
The outside world is always on spinning
I'm going with the tide.
Lying face down
Nothing holds me
Falling into the void
So high that I can't see the ground.
Think to find out
How to let go
I fell right through a black hole.

I can't get out of this new dimension
I can't get out of here.
I can't break out of this weird reflection
I will never get out of here.

I can't get out of this new dimension
I'm in the eye of the storm, oh oh.
I can't break out of this weird reflection
I'm never coming back home,
I know, I know.



WHITE
rabbit
ANIMAL DISORDER




White rabbit

From the thick weeds
of anachronism
and the blue hills
of nostalgia,
everything I see evaporates.
I'm taking a long nap
in the place
"Follow the white rabbit
all the time."
The moon looked at me,
I fell in the hole...
How can I escape from here?
There's no way out,
I'm closer to death
How will I find
the way out?

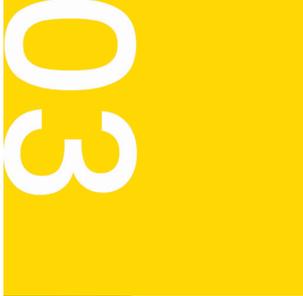
White Rabbit served me tea,
"Beware of teapots,
or you will have your head
at your feet."
The moon smiled at me,
I was in the hole...
The Man with the red hat
offered me
a gift of his magic
smoking pipe.
"I'm searching for an answer,
I'm coming out,
show me my place
where I can hide."
"Listen to me, girl",
the mad man said,
"The wonder don't exist,
it will be all."



Face the facts

It's not a surprise, I can't see
I'm back and forward
This is my life
The time stopped
I'm in the hole
I can't see
I can't see

Remember, don't look back,
just forward what drives you forward.
I will find the white rabbit,
look for the white rabbit,
look for the white rabbit,
look for the white rabbit.



Face the facts

It's not a surprise, I can't see
I'm back and forward
This is my life
The time stopped
I'm in the hole
I can't see
I can't see

Oh, will you?
How do you just do it?
Oh, how do you just do it?
When did you wake up?
Look at me, I'm here
It's not a surprise, I can't see
I'm back and forward
This is my life
The time stopped
I'm in the hole
I can't see
I can't see

We walked away from our dreams,
We left them behind in us,
But we're always in a shock
Waiting for the world to come
Communism as a way of life,
short childhood, ancient memories
but we're a producer, a copy,
we're just a link in the chain.



Will to love

What have I become?
now I'm alone,
It's another story to read me
a piece of his soul?
I'm just looking for a way
to break through these beads
I'm just looking for a place,
I can't call it home.
I give me heart for an hour,
and now I'm alone
I'm dreaming on the edge
while I still exist.
I'm just looking for a way to break
through these beads,
I give me heart for an hour,
and now I'm alone.
I finished just when I believed
there wasn't anymore, the
one I can't hide from the messianic
that don't let me go.
Let me be,
I keep falling down
and down.



She came once again
and showed me her blushing face
She leaves here to get back
into my empty chest
With her glasses,
she tells me "I'll return again"
I've got nothing here
this heart to replace,
and I say...
(Chorus x1)
Yeah, I'm in the corner and I'm starting
over, I start to pack my things up
All the pain and memories, all those years,
I was always to blame
I dream of that girl and wish, it's an
understandable but you're dead
that her in my neighborhood, when I was
only thinking about the sunny days.
But now I want about my kind and I
understand for the only one who counts
So I dream?
(Chorus x2)
ONE, TWO, THREE... GO!!
(Chorus x3)

Fig. 40: Resultado final del interior del libreto (1).



Fig. 42: Mockup de la versión en vinilo.

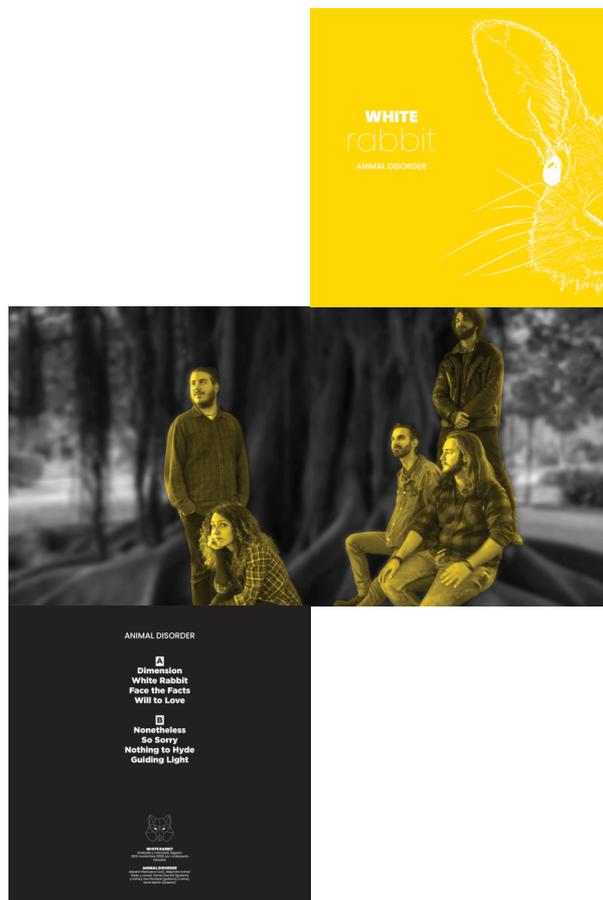


Fig. 43: Resultado final de la carpeta del vinilo.



Fig. 44: Póster 60 x 60 cm. (Cara A)



Fig. 45: Póster 60 x 60 cm. (Cara B)

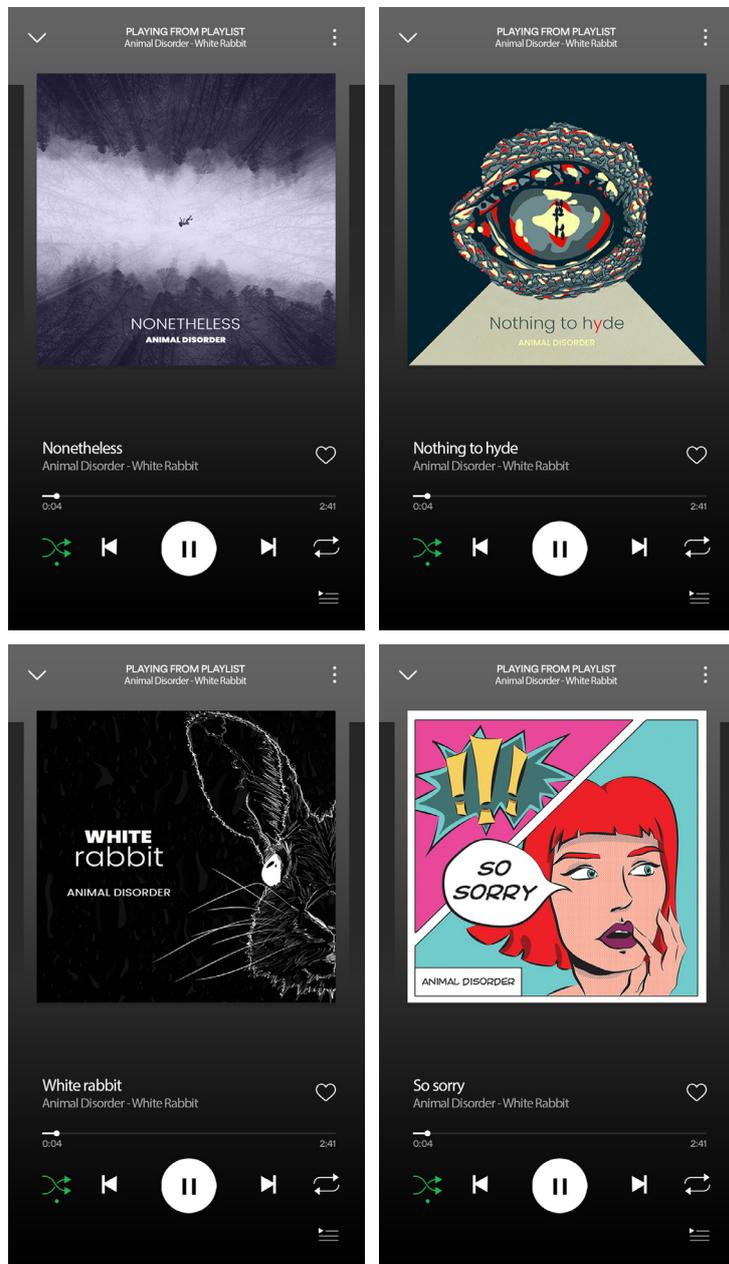


Fig. 46: Mockups de las portadas de single en interfaz digital.

7. CONCLUSIONES

Este trabajo constituye un punto de inflexión en mi recorrido como diseñadora y artista. Ha marcado un antes y un después, no sólo por el resultado, sino también por el proceso que ha llevado a esa conclusión. Respecto al diseño gráfico, este proyecto me ha permitido explorar técnicas y metodologías de las que he aprendido en gran medida, y que seguiré aplicando durante mi carrera profesional. Además, este camino me ha dado pie a plantearme un futuro dedicado al diseño gráfico, más concretamente, hacia el diseño discográfico y de portadas; pues, aunque la industria discográfica ha cambiado radicalmente en las últimas décadas, y la forma de venta y producto se ha visto alterada considerablemente desde la edad de oro del disco —años 60 y 70, como bien explicamos en el cuerpo teórico—, la propia transformación del mercado abre otras vías respecto al campo gráfico, dejando atrás quizá la etapa de la portada propiamente diseñada para un formato físico, pero obteniendo a cambio un amplio abanico de posibilidades respecto al formato digital, los nuevos métodos de *packaging*, etc. Por lo que, bajo mi punto de vista, el diseño discográfico tiene por delante todo un horizonte de opciones a explorar en esta nueva era de la distribución musical ofrecida casi íntegramente en formato digital y a través de plataformas de *streaming*.

A nivel teórico, el aprendizaje obtenido tras la profunda investigación sobre la historia del diseño de portadas de disco me ha aportado una perspectiva diferente respecto al mundo discográfico; siendo un tema relativamente conocido dada mi afición a la música desde edad muy temprana, he podido ampliar mis conocimientos de una forma extensa y aplicable no sólo al ámbito del diseño. Además, al remontarnos a las primeras apariciones de portadas, pasando por todas las transformaciones y la evolución experimentada hasta nuestros días, la forma de entender el mundo discográfico se enriquece inevitablemente, permitiéndome un punto de vista a través del cual seguir creando opciones gráficas en éste ámbito, adaptadas a las circunstancias actuales, pero sin perder de vista el recorrido realizado por la historia del diseño discográfico.

A nivel de experiencia, debo apuntar que ha sido realmente enriquecedor el hecho de poder formar parte tanto de la parte diseñadora como de la parte demandante del diseño; considero que esta dualidad en mi condición inicial respecto al proyecto y al objetivo de éste me ha permitido alcanzar un resultado más personal al estar directamente relacionada con el objeto de la propuesta, así como a entender ambos lados durante el proceso.

Dado el primer y fundamental objetivo de este proyecto —la creación de una propuesta discográfica coherente y aplicable a un caso real—, creo que puede decirse que se ha alcanzado, y todo gracias a la metodología seguida y los conocimientos aplicados que me ha proporcionado el grado de Bellas Artes. Asimismo, la planificación realizada desde el principio del planteamiento del proyecto y la tutorización durante el mismo han sido cruciales para poder

organizar las fases del trabajo y su estructuración, y poder obtener un resultado satisfactorio y acorde a la propuesta planteada inicialmente.

Por último, me gustaría destacar el aprendizaje obtenido durante el proceso, no sólo a nivel gráfico y de contenido teórico, sino también como experiencia; al tratarse de una aplicación real, el objetivo siempre ha sido desde un principio que el resultado fuera lo más profesional posible, poniendo atención en cada detalle, y a la vez proporcionándome una metodología de trabajo aplicable a mi vida profesional futura; de la misma forma, también he obtenido herramientas para manejar ciertas situaciones durante el proceso de trabajo, como la inseguridad del artista y el bloqueo —que aborda el pensamiento cuando uno menos lo espera— y las dificultades propias ligadas a este tipo de proyectos gráficos en los que deben tenerse en cuenta varios criterios a la hora de tomar decisiones. Por lo que, grosso modo, este trabajo ha sido una experiencia muy enriquecedora en múltiples sentidos.

8. REFERENCIAS

- MCKNIGHT-TRONTZ, J. (2000). *For the Record: the life and work of Alex Steinweiss*. Amsterdam University Press.
- ALONSO, R. L. (2021, 3 marzo). Portadas de discos: «packaging» para la música. *Estudio Gráfico*. Recuperado de: <https://estudio-grafico.blogspot.com/2016/03/portadas-discos.html>.
- La época dorada del diseño de carátulas. (2012, 28 junio). *Tinta Estudio*. Recuperado de: <https://tintaestudio.wordpress.com/2012/06/28/la-epoca-dorada-del-diseno-de-caratulas/>.
- Diseño Gráfico Punk. (2018, 1 agosto). *Grafous*. Recuperado de: <https://www.grafous.com/disenogratico-punk-stencil-rock/>.
- LÓPEZ MEDEL, I. (2014). *La muerte y la resurrección de la portada de discos*. *Index Comunicación*, 4(1), 44–51.
- JACQ, C. (1999). *El saber mágico en el Antiguo Egipto*. Círculo de Lectores.
- CAMPBELL, J. (2020). *El héroe de las mil caras* (1.a ed.). Atalanta.
- LUPTON, E. (2017). *El diseño como storytelling*. Gustavo Gili.
- LÓPER MEDEL, I., GUTIÉRREZ DE CABIEDES, L., & ALONSO MOSQUERA, H. (2008). Reid Miles: Creador de un estilo para Blue Note. *Universidad de Palermo*, 5(3).
- Peter Saville. (2014). *Design Museum*. Recuperado de: <https://designmuseum.org/designers/peter-saville>.
- HELLER, E. (2004). *Psicología del color*. Gustavo Gili.
- ALFONSO, C. A. (2019). *El pueblo del Sol* (1.a ed.). Fondo de Cultura Económica.
- MORRIS, F. (2005). *Artist of Wonderland: The Life, Political Cartoons, and Illustrations of Tenniel* (1.a ed.). University of Virginia Press.

9. ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1: Antiguo packaging discográfico	7
Fig. 2: <i>Smash songs hits by Roger & Hart</i> (1938). Alex Steinweiss.	7
Fig. 3: <i>Moody Woody</i> (1959), de Woody Herman. Alex Steinweiss.	8
Fig. 4: <i>Yellow Submarine</i> (1966), de The Beatles. Heinz Edelmann.	8
Fig. 5: <i>The Velvet Underground & Nico</i> (1967) de The Velvet Underground. Andy Warhol.	8
Fig. 6: <i>Thick as a Brick</i> (1972) de Jethro Tull. Roy Eldridge.	8
Fig. 7: <i>Physical Graffiti</i> (1975) de Led Zeppelin. Peter Corrison.	9
Fig. 8: <i>ABCD (autorretrato)</i> (1923-24). Raoul Hausmann, artista dadaísta.	9
Fig. 9: <i>God save the Queen</i> (1977), Sex Pistols. Jamie Reid.	9
Fig. 10: Sello presidencial de EE.UU (izq.) y logotipo de Ramones (dcha.), diseñado por Arturo Vega.	9
Fig. 11: Portada del fanzine Sniffin' Glue.	10
Fig. 12: <i>Una más</i> (1963) de Kenny Dorham, diseño de Reid Miles y fotografía de Francis Wolff.	12
Fig. 13: <i>Unknown Pleasures</i> (1979) de Joy Division, Peter Saville.	13
Fig. 14: <i>Movement</i> (1981) de New Order, Peter Saville.	13
Fig. 15: Mapa conceptual del proyecto.	13
Fig. 16: Imagen original #1.	15
Fig. 17: Imagen original #2.	15
Fig. 18: Imagen #1 manipulada.	15
Fig. 19: Resultado final.	15
Fig. 20: Imagen original #2 de la segunda versión.	16
Fig. 21: Resultado final de la segunda versión.	16
Fig. 22: Resultado final del fotomontaje para página del libreto.	16
Fig. 23: Versión #1. Ilustración digital.	16
Fig. 24: Versión #2. Ilustración digital.	17
Fig. 25: Ilustración para el fondo de página del libreto.	17
Fig. 26: Portada definitiva.	17
Fig. 27: Ilustración de Las aventuras de Alicia en el País de las Maravillas. John Tenniel.	17
Fig. 28: Ilustraciones del interior del libreto.	18
Fig. 29: Tipografía Gotham en los modos que se han usado en el diseño.	18
Fig. 30: Tipografía Garamond, usada en el cuerpo del texto.	18
Fig. 31: Amarillo elegido para las tintas planas del interior del libreto.	18
Fig. 32: Fotografías (color) del interior del libreto.	19
Fig. 33: Fotografía original y su conversión a blanco y negro.	19
Fig. 34: Portada de la versión en vinilo.	20
Fig. 35: Fotografía original y su modificación para el interior de la carpeta de vinilo.	20
Fig. 36: Lámina de canciones incluida en la versión en vinilo.	20
Fig. 37: Diseño de las portadas para los cuatro <i>singles</i> .	20

Fig. 38: <i>Mockup</i> de la carátula.	21
Fig. 39: <i>Mockup</i> de la carátula y el libreto desplegados.	21
Fig. 40: Resultado final del interior del libreto (1).	22
Fig. 41: Resultado final del interior del libreto (2).	23
Fig. 42: <i>Mockup</i> de la versión en vinilo.	24
Fig. 43: Resultado final de la carpeta del vinilo.	24
Fig. 44: Póster 60 x 60 cm. (Cara A)	25
Fig. 45: Póster 60 x 60 cm. (Cara B)	25
Fig. 46: <i>Mockups</i> de las portadas de single en interfaz digital.	26