

# TFG

---

## PUNTO DE ENCUENTRO: MANUAL DE REFLEXIONES PARA DAR UN PASO MÁS A LA CONCIENCIA DE NUESTRO SER.

ÁLBUM ILUSTRADO

Presentado por Lara Berzosa Camacho

Tutor: Emilio Espí Cerda

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

Este proyecto consiste en la realización de un álbum ilustrado donde reúne varias ilustraciones que van acompañadas con una frase. Estas frases, ya sean creadas por el autor del trabajo u obtenidas de un autor ajeno, e ilustraciones se realizan jugando con algunas figuras retóricas y la realidad.

La intención del proyecto es invitar a las personas a “entrar” en un estado más sensible con lo que nos rodea. A partir de este nexo (álbum ilustrado), vamos a realizar un pack que constará de un álbum ilustrado con una bolsa de tela que tendrá una de las ilustraciones del álbum impresa.

## PALABRAS CLAVE

Ilustración, álbum ilustrado, naturaleza, energía, universo, desarrollo personal

## **ABSTRACT**

This project consists in the realization of an illustrated album where it brings together several illustrations that are accompanied by a phrase. These phrases, either created by the author of the work or obtained from an outside author, and illustrations are made by playing with some rhetorical figures and reality.

The intention of the project is to invite people to “enter” a sensitive state with what surrounds us. From this link (illustrated album), we are going to make a pack that will consist of an illustrated album with a tote bag that has an illustration, from the illustrated album, printed on it.

## **KEY WORDS**

Illustration, illustrated album, nature, energy, universe, personal development

## **AGRADECIMIENTOS**

A los que han confiado en mí; familia y amigos.

A mi compañera de carrera y amiga Noelia por ayudarme con el TFG y servirme de apoyo durante todo el año.

A mi tutor Emilio Espí que me ha ayudado en el proyecto y contestado a mis mil emails.

A Núria Escudero, que me ha acompañado en este camino ayudándome a seguir adelante con el proyecto y cerrar este ciclo.

Y al universo que me ha guiado hasta aquí enseñándome lo que es la vida y a qué hemos venido a hacer.

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVOS</b>	<b>6</b>
<b>3. METODOLOGÍA</b>	<b>7</b>
<b>4. CREACIÓN DEL ÁLBUM ILUSTRADO</b>	<b>9</b>
4.1. Cuestiones para desarrollar el proyecto	9
4.2. Filosofía	10
4.3. Ilustración	12
4.4. Figuras retóricas	16
4.5. Álbum ilustrado	17
<b>5. ESTUDIO DE REFERENTES</b>	<b>18</b>
5.1. Ana Santos	19
5.2. Broken isn't bad	19
5.3. Maria Hesse	20
5.4. Tatabi Studio	21
5.5. We are UO	21
<b>6. PRODUCCIÓN DEL ÁLBUM ILUSTRADO</b>	<b>22</b>
6.1. Lluvia de ideas / Realización de las frases	22
6.2. Bocetos	24
6.3. Prueba de color y tipografía	29
6.4. Diseño aplicado	30
6.5. Artes finales	30
6.6. Presupuesto	31
<b>7. CONCLUSIONES</b>	<b>31</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>32</b>
<b>9. ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>37</b>
<b>10. ANEXO</b>	<b>38</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

Para realizar este proyecto nos hemos inspirado en un proyecto que hicimos en la asignatura de “ilustración aplicada”, donde realizamos 4 ilustraciones serigrafiadas en camisetas y bolsas. La temática de estas ilustraciones era un híbrido de los elementos del universo en el cuerpo humano (en este caso eran mujeres) acompañadas con una frase.

A partir de ese proyecto nos vino la idea de realizar una recopilación de ilustraciones que, también junto con frases, representasen la unión del universo y la naturaleza con el ser humano. La finalidad del proyecto ha sido inspirar y sugerir a las personas, a través de un manual de reflexiones, una manera más cercana e inclusiva de todo lo que nos rodea. El título principal del proyecto es “Punto de encuentro” haciendo saber al lector que es un libro que le va a servir para “encontrarse” uno mismo tomando consciencia de lo que formamos parte.

Este álbum se aleja un poco del concepto clásico de álbum ilustrado especialmente por su temática. No es el típico libro narrativo que cuenta una historia o cuento ficticio. Éste se compone de una recopilación de ilustraciones, una por página, acompañadas de una frase relacionada con su temática.

El álbum ilustrado se compone de 56 páginas incluyendo las guardas y las páginas de respeto, pero sin contar la cubierta. En el interior contamos con 19 ilustraciones y sus respectivas frases. En el proyecto se ha trabajado la ilustración, el diseño editorial, el estudio de la composición y la maquetación, el diseño de la cubierta y el diseño del packaging.

Un aspecto que nos ha condicionado en el desarrollo del proyecto fue el hecho de que teníamos que crear las ilustraciones de manera metafórica, ya que, tenían que tener un sentido con el mensaje que queríamos dar y a la vez que se viese claro en la ilustración. Fue complicado crear tanto ilustraciones como frases que pudieran representar el concepto adecuadamente en ambos registros, pero nos sirvió como un reto para explotar nuestra creatividad y aprender a desenvolvemos en este tipo de trabajos.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 PRINCIPALES

El objetivo principal es realizar un proyecto que nos permita visibilizar los valores que contiene la filosofía que queremos transmitir al mundo. Pretendemos crear un método de autoayuda el cual sirva de apoyo a las personas que se sientan en un momento de su vida bloqueadas o necesiten un impulso para mejorar en su desarrollo personal.

## 2.2. SECUNDARIOS

Demostrar nuestras habilidades como ilustradores y creadores de álbumes ilustrados en todos los aspectos a nivel profesional. Y no solo de una forma productiva, ya que también pretendemos innovar creando una impresión hacia un tema que, aunque cada vez se hable más, aun es bastante desconocido.

## 3. METODOLOGÍA

Una de las metodologías más extendidas en el ámbito del diseño es la de Bruno Munari<sup>1</sup>, presentada en su libro *Cómo nacen los objetos*<sup>2</sup>. En este desarrolla una método lineal donde ordena una serie de pasos de trabajo concretos para conseguir los objetivos establecidos y obtener un máximo de resultado en un mínimo de esfuerzo (Fig 1). Para realizar esta propuesta hemos recurrido a esta metodología y hemos organizado una serie de fases establecidas previamente para poder articular el orden de la metodología:



Fig 1 Pasos De La Metodología Proyectual De Bruno Munari

1 MUNARI, B. *El método proyectual*.

2 MUNARI, B. (1983) *Cómo nacen los objetos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

- FASE 1: Plantearnos las cuestiones para desarrollar el proyecto, es decir, hacer preguntas que nos planteen el desarrollo del proyecto. Por ejemplo: ¿Qué vamos a hacer? ¿Cómo hacerlo? ¿Dónde aplicarlo?, etc.

- FASE 2: Realizar la investigación y el desarrollo de los términos relacionados, donde hemos investigado sobre la información que da lugar al concepto del proyecto. En nuestro caso ha sido necesario buscar información sobre la filosofía que tenemos como objetivo comunicar. Por otro lado, cómo representar esos conceptos a través de la retórica, cuál es su uso y función. Y por último, cómo nuestro soporte utilizado es útil para hacer llegar el mensaje a las personas.

- FASE 3: El desarrollo de la contextualización del tema y la técnica, dónde se hace una recopilación de referencias para diferentes aspectos del proyecto como analizar su registro gráfico, el uso de la retórica en la ilustración y la creación del packaging.

- FASE 4: En esta última fase de la metodología, hemos llevado a cabo el proceso práctico y creativo/ conceptualización y límites. En éste hemos realizado toda la parte práctica del trabajo incluyendo bocetos, tanto de las ilustraciones como las frases y el packaging, pruebas de tipografía, aplicaciones al producto tanto en la maquetación del álbum como a la hora de crear el merchandising y el packaging. Y por último, las artes finales, realizando toda la maquetación del álbum (portada y contraportada incluidos) y el packaging dónde irá el álbum y la bolsa de tela. Los estudios realizados en este apartado de la metodología se aplicarán al proyecto en la fase del estudio del capítulo 4. CREACIÓN DEL ÁLBUM ILUSTRADO.

### **3.1. TIMING:**

Para realizar este proyecto hemos creado un Timing sobre la creación del álbum ilustrado para poder planificarnos y trabajar de una manera más clara y ordenada. Aunque nos abrimos a realizar cualquier cambio del planning según las circunstancias o necesidades del momento.

- 2020 Noviembre:

- Aclaración del concepto e ideas sobre el proyecto a realizar.

- Diciembre:

- Inicio de la realización de los bocetos.

- 2021 Enero:

- Desarrollo de las ilustraciones

- Marzo:

- Proceso de esbozos de la portada y la maquetación del álbum.

- Elección de 16 diferentes tipografías (8 de palo seco y 8 de remate)

- Abril:
  - Finalización de la portada y maquetación del álbum.
- Mayo:
  - Desarrollo de la conceptualización del packaging y merchandising.
- Junio:
  - Realización del presupuesto
  - Finalización del pack donde se incluirá el álbum

## 4. CREACIÓN DEL ÁLBUM ILUSTRADO

En esta fase hemos recopilado varios conceptos base para que el proyecto cumpla su función. En primer lugar, las cuestiones para desarrollar el proyecto. En segundo lugar, el mensaje que queremos transmitir; que trata sobre la filosofía de la Vedanta Advaita/No-dualidad. Después, tenemos la funcionalidad de la retórica para representar dicho mensaje. Y por último, el formato en el que va a proyectarse: el álbum ilustrado, y porqué lo hemos elegido.

### 4.1. CUESTIONES PARA DESARROLLAR EL PROYECTO

Como bien se ha dicho en el anterior apartado número 4, ahora es el momento de abordar estas cuestiones para poder desarrollar el proyecto. Por lo cual nos plantearemos las siguientes preguntas:

- ¿Cuántas ilustraciones van a componer el álbum ilustrado?
- ¿Cómo vamos a representar el concepto?
- ¿Vamos a ilustrar mujeres, hombres o ambos?
- ¿Un registro gráfico detallado, boceteado o solo línea limpia?
- ¿De cuántos colores se compondrá? ¿Dos, tres, cinco?
- ¿Colores planos o con relieve y sombras?
- ¿Habrá packaging? si es así, ¿será grande o pequeño?
- ¿Será un pack de varios elementos o solo del álbum ilustrado?
- ¿Tendrá merchandising? ¿Serán camisetas, bolsas, tazas, libretas u otro elemento?
- ¿El material será reciclado, ecológico o normal?

## 4.2. CONCEPTO/FILOSOFÍA

### 4.2.1. Vedanta Advaita

A nivel etimológico veda-anta se compone del término sánscrito veda: ‘conocimiento, sabiduría’ y anta: ‘final, conclusión. La palabra Advaita es una palabra del sánscrito que significa “no dos”. Sinónimo de Advaita es no-dualidad. La vedānta advaita es una doctrina que promueve la existencia de un ser unido a la totalidad de seres existentes, hasta tal punto que no puede hablarse de relación entre los distintos seres, sino de unidad total con todo. Es la unión entre el sujeto que percibe y lo percibido.

El Advaita no es una religión, por lo que no tiene mandamientos, ni sacerdotes, ni templos, ni creencias. Negando la existencia real de cualquier cosa diferente del Ser, su punto central se resume en la frase sánscrita “*Tat tvam asi*”<sup>3</sup>, afirmando que la esencia del hombre y del universo no es otra que el Ser.

La ilusión de que la apariencia es múltiple, lo que en realidad es uno, es debido a la función mental de la conceptualización. Ésta consiste en definir y, por lo tanto, dividir las partes indivisas en varias partes. Es decir, en este mundo dual es cierto que existen dos polaridades, pero no podemos considerar la existencia o el enfoque solo a un extremo porque nosotros como seres somos unidad, somos la moneda de ambas caras. Y por ello no podemos tener la verdad absoluta desde un extremo. “*Todo es dual; todo tiene polos; todo, su par de opuestos; los semejantes y distintos son los mismos; los opuestos son idénticos en naturaleza, difiriendo solo en grado; los extremos se tocan; todas las verdades son semiverdades, todas las paradojas pueden reconciliarse*”<sup>4</sup>

Por tanto, cuando la mente abandona el proceso de conceptualización, revela indudablemente la realidad de ser uno, sin dejar dudas, como un hecho puramente objetivo. En otras palabras, cuando nos enfrentamos a la pregunta fundamental “*¿quién soy yo?*”, la respuesta es la no conceptualización. La expresión “*Yo soy*” seguida de silencio sugiere la respuesta a la pregunta.

En resumen, podemos considerar que la Vedanta Advaita considera al ser humano como algo completo, entero, como un TODO. “*Tú eres conciencia, tú eres la vida misma. Tú no estás separado de la vida, no estás tú y la vida*”<sup>5</sup>. Cuando un ser humano es consciente de esto se reconoce en totalidad, ser reconoce en sí mismo y también en los demás y es así cuando el ser humano evoluciona realmente.

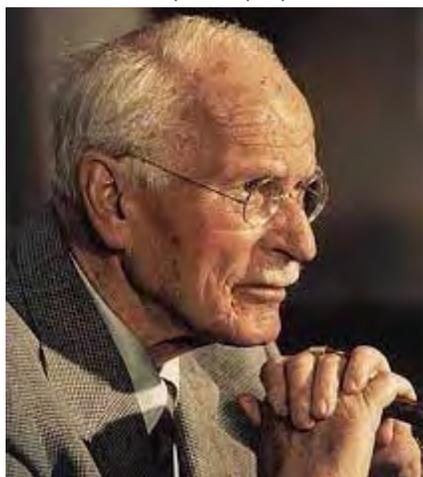
<sup>3</sup> Es una frase trascendental que establece unidad del alma individual con Brahman. En español significa “*Tú eres eso*”.

<sup>4</sup> TRES INICIADOS (2012). *El Kybalion*. Málaga, Editorial Sirio. (p.101)

<sup>5</sup> *La filosofía advaita con Andrés Zuzunaga* en Youtube



**Fig 2.** "Soy parte de lo que me rodea" ilustración realizada para el proyecto.



**Fig 3** Retrato de Carl Gustav Jung

Podemos usar un ejemplo de nuestro trabajo: la frase de "soy parte de lo que me rodea" (**Fig 2**) que hace alusión a este pensamiento. Ya que se refiere a que somos todo y no hay separación energética entre un humano, animal o una planta, solo nos diferencia una ilusión que proviene de la mente/ego.

En nuestra opinión lo que ha sucedido durante todos estos años es que el sistema nos ha estado formando conforme sus necesidades mentales, hemos sido manejados por nuestros propios conflictos mentales y no nos hemos permitido ser conscientes de nuestra integridad e integridad con el universo. Es por eso, que hemos querido realizar este álbum ilustrado, como un escalón a que, de una manera dinámica, se pueda tomar consciencia de cierta ideología y así abrir más nuestra capacidad de observar y ser responsables de nuestra vida y nuestro entorno.

#### 4.2.2. Carl Gustav Jung

Carl Gustav Jung (1875-1961) psicólogo y médico psiquiatra suizo(**Fig 3**), dedicó toda su carrera al estudio de la psique humana. A lo largo de sus numerosos ensayos fue desarrollando primero, su "Psicología Analítica"<sup>6</sup> y, más tarde, lo que denominó "Psicología Compleja". Jung habla de la psique y no de la mente, porque, según él, la psique abarca todos los procesos de la mente, los conscientes y los inconscientes. Jung dijo una vez: "Prefiero ser un individuo completo que una persona buena".<sup>7</sup> La explicación, en relación al concepto del proyecto, es que cuando nos referimos a una persona buena, estamos excluyendo la totalidad de ser TODO. Ya que éste abarca tanto lo que consideramos bueno como malo. Y hemos querido decir consideramos porque en realidad esta valoración varía dependiendo de la persona, lugar, cultura, etc. Por lo tanto, nunca podemos tener la verdad absoluta cuando juzgamos.

Un claro ejemplo de que somos seres absolutos es que nos componemos de un ego y el alma. El primero tiene el defecto de considerarse un ser individual y aplica el concepto de separación con lo que le rodea, creando así conflictos de supervivencia y sufrimiento. Sin embargo, tampoco podríamos existir si solo fuéramos compuestos de alma, pues necesitamos un cuerpo y una mente que nos ayude a vivir en el planeta tierra.<sup>8</sup>

Es por eso, que Jung dice que prefiere ser un hombre completo. Pues así se mantiene en equilibrio e incluye todos los aspectos del ser humano sin limitarte a ser de una manera u otra, brindándose así de libertad absoluta. Un hombre completo puede descifrar la sabiduría escondida que yace de lo aparente y mediante ello, evita ser su propia víctima. Y esto último lo podemos relacionar con las relaciones entre los seres humanos. En como en realidad

<sup>6</sup> EQUIPO EDITORIAL(2021) "La psicología analítica de Carl Jung" en *Psicología online*, 22 de enero.

<sup>7</sup> CORBERA.E. (2016) "La proyección de la sombra" en *Enric Corbera Institute*, 16 de agosto.

<sup>8</sup> ENRIC CORBERA. "Enric más cerca: Integrar las polaridades" en Youtube

lo que recibes de una persona forma parte de ti, y es ahí donde siendo conscientes nos hacemos responsables y tenemos el poder de cambiar nuestra realidad. Tanto a nivel biológico como a nivel energético, somos el universo dentro de un cuerpo<sup>9</sup>, pero con la capacidad de crear nuestra realidad.

### 4.3. LA ILUSTRACIÓN

La ilustración es un dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta, narra o recrea en conjunto, en nuestro caso, con el texto escrito de un libro álbum. Ésta en lugar de intentar capturar imágenes espaciales pintorescas tridimensionales, usan diseños bidimensionales para representar una imagen.

La ilustración ofrece al espectador una visualización rápida de la información a explicar, por ejemplo, cuando viene de una frase o texto. Se puede decir que es el componente gráfico que complementa o mejora el texto.

Por ejemplo, a diferencia de la fotografía, la ilustración tiene más ventajas que la fotografía porque puede tener connotaciones emocionales, por ejemplo, de dibujos animados, que la fotografía no puede lograr transmitir.

“El lenguaje de la ilustración es un lenguaje que todos podemos entender e interpretar. Tiene la capacidad acercarnos a las personas, de hablar sin tener que describir y detallar todo lo que queremos expresar”<sup>10</sup>. Por eso tiene mucha gran ayuda, ya sea para niños o adultos, y todo esto hace que la frase “una imagen que vale más que mil palabras”<sup>11</sup> sea completamente precisa. Por lo tanto, en muchos diseños, películas, anuncios, bocetos y guiones, se utilizan ilustraciones y dibujos para acelerar el proceso de entendimiento con otras personas en las reuniones.

Para la realización de una ilustración se ha de tener en cuenta varios aspectos a la hora de representar el concepto: el color, la línea, los elementos, etc.

#### 4.3.1. Color y grafismo

##### 4.3.1.1. Color

El color es una de las características formales consideradas más importantes en los álbumes ilustrados. Éste juega un papel fundamental y necesario e influye de forma considerable en el espectador que lo contempla. Gracias al color podemos hacernos una idea del significado, las sensaciones y emociones de la historia. El color hace que las ilustraciones de los álbumes ilustrados impacten de forma mucho más efectiva en el receptor, es decir, sin ayuda de una lectura textual, nos puede transmitir el impacto emocional que la ilustración pretenda crear. Para trabajar con nuestras ilustraciones y sus colores, hemos

---

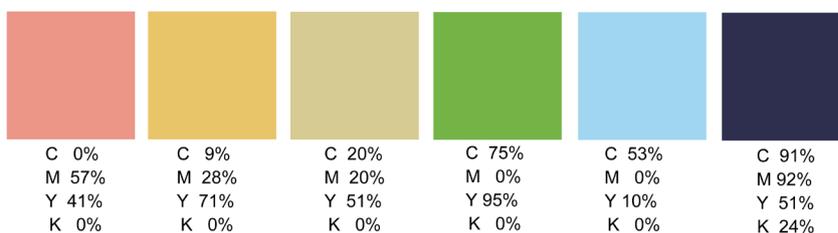
9 MARCOS. L. (2019) “¿Cuál es el origen de la frase ‘somos polvo de estrellas’?” en *Muy interesante*, 25 de noviembre.

10 EN PROGRESS(2016) *La ilustración como herramienta de comunicación*, 29 de febrero.

11 CAPITÁN QUIMERA (2016) “Una imagen vale más que mil palabras”, 12 de marzo.

tenido en cuenta qué efectos producen éstos en el espectador, además de estudiar las influencias universales que llevan implícitas, ya que el simbolismo psicológico que poseen, a parte de la tradición histórica, son dos factores que no se pueden pasar por alto. Cuantos más conocimientos tengamos sobre los colores, realizaremos un uso más adecuado de ellos, que nos ayudará a ahorrar tiempo y esfuerzo al seleccionarlos.<sup>12</sup> Hemos creado una paleta de colores que, a pesar de tener una gama amplia de colores, solo 3 han sido los más utilizados y por tanto los más predominantes. Como la impresión del álbum la vamos a realizar en digital, hemos elegido los siguientes colores en CMYK (Fig 4):

Fig 4. Paleta de colores en valores CMYK para el álbum ilustrado.



Aunque el cielo de la noche sea negro, quisimos utilizar el azul añil para representar el universo ya que, a nuestro parecer, aporta más luz y vida al cielo y por tanto a las ilustraciones en las que se ha empleado. No obstante, teniendo en cuenta que una de las características de dicho color es la frialdad, hemos querido contrastarlo con el amarillo y el dorado, que en las ilustraciones ha representado la luz, el sol, la confortabilidad.<sup>13</sup> Ambos colores crean una combinación de polaridades, pero que se complementan perfectamente.

Otro color que consideramos que es de los que más se han utilizado, ha sido el rosado para representar el rubor. Este color es primordial para las ilustraciones ya que, al ser representadas las figuras humanas con el fondo blanco, necesitábamos emplear un color que diera la sensación de vida y restara palidez a los aspectos de las figuras. En la experimentación de la aplicación del rubor nos dimos cuenta que poniéndolo en pequeñas dosis en diferentes partes del cuerpo acentuaban más esa sensación de rubor e inocencia haciendo contraste con el color blanco que simula la piel.

El empleo de estos colores los quisimos realizar de manera sutil y poco cargante. Como hemos dicho en la explicación del rubor, quisimos también seguir esa línea de realizar ciertas manchas o pequeños rellenos de color en diferentes partes del dibujo, dejando así que el color blanco puro destacase en las ilustraciones.

12 HELLER, E. *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, Barcelona: Gustavo Gili, 2009.

13 WHELAN, B. (1994) *La armonía en el color: Nuevas tendencias*. Mexico: Editorial Documenta.

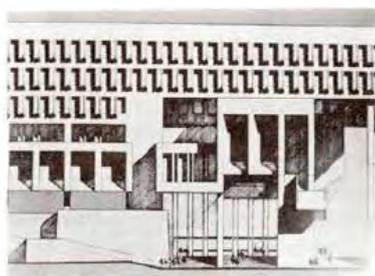


Fig 5. y 6. Imágenes pertenecientes al libro "la sintaxis de la imagen" de Dionis Dondis

El uso del blanco en nuestras ilustraciones ha sido primordial para representar la pureza. El blanco ha sido, durante la historia, considerado como uno de los colores con virtudes espirituales. Éste se le relaciona con el color de los dioses, de lo sagrado, de la realeza por la piel blanca, etc. Es por eso, que hemos querido hacer protagonista al blanco para nuestro álbum ilustrado. El álbum en sí como las ilustraciones está relleno de blanco, de pureza.

Por último, hemos utilizado un par de colores para algunas ilustraciones que se vieron necesarios de emplear, pero éstos no han sido predominantes en ellas. El color verde lo hemos utilizado en las ilustraciones donde había elementos de la naturaleza, tales como ramas, hojas, etc. Solo se ha hecho uso de este color para estos elementos, ya que su función como color no la queríamos hacer protagonista en nuestros dibujos. Y finalmente, el azul celeste ha sido el menos utilizado, puesto que hemos querido utilizarlo en pequeños detalles para dar algo más de luz.

#### 4.3.1.2. Grafismo/Línea

Uno de los recursos característicos que forma parte de casi todos los álbumes ilustrados suele ser la línea. Ésta es el instrumento esencial de expresión gráfica que ayuda a registrar y transmitir la información. Es un elemento de gran importancia, ya que además de ser el medio de presentar en forma palpable aquello que todavía es abstracto, concreta los volúmenes, y sobre todo establece el sentido, la dirección o el impulso vital de un elemento compositivo. Tanto si se usa flexible y experimentalmente (**Fig 5**) como si se emplea con rigor y mediciones (**Fig 6**), la línea es el medio indispensable para visualizar lo que no puede verse <sup>14</sup>

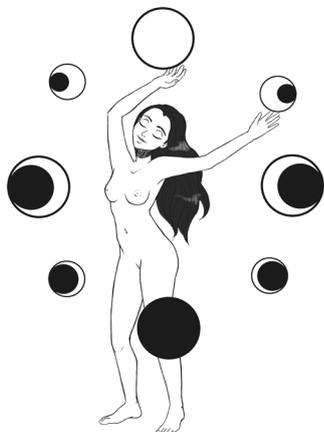
Ésta otorga significado de movimiento, genera tensiones y reacciones y añade, especialmente en personajes y objetos, un efecto rítmico imprescindible que está compuesto por alternancias dinámicas. La distribución de éstas determina el nivel del atractivo del álbum. El ritmo del dibujo suele estar definido por una línea interna que recorre el cuerpo del personaje de la cabeza a los pies, para así potenciar la actitud de la pose o de la acción que desempeña. Por ejemplo, una figura estática y en posición simétrica es la antítesis del ritmo. Por eso, nosotros no hemos querido emplear líneas sintéticas ya que éstas darían una sensación de rigidez y frialdad en nuestras ilustraciones.

Un valor importante a subrayar en la línea es la modulación que adquiere, y por tanto el encanto del contorno que delimita las formas. Las características de la línea en cuestión hacen que ésta transmita unas cosas u otras, y esto varía según la forma, la materialidad, la textura y la carga visual.

"Las líneas curvas son más divertidas que las rectas. Las líneas punteadas son más divertidas que las continuas [...]"<sup>15</sup>

14 DONDIS, D. (1973) *La sintaxis de la imagen*, Barcelona. Editorial Gustavo Gili S.A. (p.57)

15 ZAPATERRA, Y (1999). *Ilustración. Proyectos reales de ilustración: del briefing a la solución*



**Fig 7.** Ilustración digital a línea de postura final para "Fluyendo con mis fases"

Nosotros hemos querido utilizar una línea limpia que definiera el contorno de las figuras. Nuestras ilustraciones tienen un registro gestual delicado y orgánico para darle naturalidad y movimiento al personaje.

En nuestro caso, la línea nos ha servido para definir la figura humana, el cual explicaremos más específicamente en el siguiente apartado. La gestualidad la hemos elegido orgánica, de manera que no resulte sintética, ya que daría una sensación más seria y fría.

#### 4.3.2. Diseño de personajes

Como comentamos en la introducción del proyecto, éste ha sido creado mediante la inspiración de un trabajo que hicimos en una asignatura de la carrera. En el dicho proyecto empleamos figuras femeninas en las ilustraciones, pero en el actual proyecto hemos querido cambiar esto.

Al tratarse de un tema donde incluye la dualidad (la luz y la oscuridad, lo femenino y lo masculino, etc) hemos querido incluir también la figura masculina para que haya una inclusión de ambos sexos. Hemos considerado que representar la energía femenina y la energía masculina en el hombre y la mujer sería un elemento visual bastante claro. Sin embargo, si el tema principal fuese la sexualidad habría una distinta representación, pues hay más géneros que incluir.

La creación de estos personajes vino con la idea de que éstos debían estar desnudos. Ya que el uso de ropaje daría un efecto visual diferente al deseado. Hemos considerado que el desnudo, iba a ser útil para representar la pureza, el alma, la vulnerabilidad,<sup>16</sup> despojados de cualquier traje. Nuestros personajes no vienen determinados por cómo van vestidos, sino cómo se sienten, qué postura emplean, etc.

Para poder representar esos sentimientos o situaciones hemos hecho uso de las expresiones de la cara y las posturas del cuerpo<sup>17</sup>. Por ejemplo, en la ilustración "Fluyendo con mis fases" (**Fig 7**) se puede ver claramente que la postura y el cuerpo de la chica son ligeros, éstos fluyen de manera natural sin mostrar ninguna resistencia. Podemos observar que en la expresión de la cara en muchas ilustraciones, incluida la recién nombrada, que al dibujarlas con los ojos cerrados dan una sensación de profundidad e intensidad en la emoción, ya sea de tristeza o alegría. Esta expresión invita a profundizar y reforzar lo que se está sintiendo, es decir, se dejan de lado los factores exteriores y solo se basa en sentir nuestro interior.

*final*, Barcelona: Index Books.

<sup>16</sup> LA CICLOTIMIA. *El desnudo en el arte. Pureza y vulnerabilidad*. 2012

<sup>17</sup> BANCROFT, T. *Aprender a dibujar personajes*. Editorial Anaya, Barcelona 2013.

## 4.4. FIGURAS RETÓRICAS

Las figuras retóricas son aquellas modificaciones que se hacen al lenguaje para proporcionar variedad, fuerza y belleza al discurso, y así lograr transmitir su mensaje con contundencia. Éstas nos ayudan a enriquecer las imágenes y nos permiten amplificar los significados del mensaje que queramos transmitir. Son muy útiles para dar énfasis a una idea o sentimiento<sup>18</sup> y también para transmitir emociones a los lectores con respecto a un tema o situación. En nuestro caso, una de las razones por las que hemos querido utilizarlas ha sido para transmitir ideas complejas o abstractas de forma más simple y generar un espacio para la reflexión. El uso de figuras en la literatura, pero sobre todo en la ilustración, como es en nuestro caso, ayuda a llamar la atención de la audiencia o el lector

En nuestras frases e ilustraciones hemos utilizado varias figuras retóricas empleadas para representar el concepto que queríamos comunicar. Hemos querido nombrar unas cuantas como:

### 4.4.1. Metáfora

La metáfora se considera un recurso literario que sustituye una palabra por otra cuyo sentido literal posee cierta semejanza con el sentido literal de la palabra sustituida. Ésta permite la descripción de algo mediante una semejanza por analogía, es decir, hace un uso figurado del lenguaje. Esta figura se emplea para expresar una idea o un significado.<sup>19</sup> Una ilustración ejemplar es la correspondiente a la frase “La soledad no es estar solo, es estar vacío” (**Fig 8**). Aquí entendemos que no quiere decir vacío literalmente, pues no podríamos vivir con un cuerpo vacío, pero sabemos que es un vacío de emociones, de estar en un estado donde nos sentimos solos, sin ninguna alegría o emoción. Otro ejemplo sería: “Viviendo en mi órbita”, que hace referencia que está en su espacio, que está en su mundo. Aunque se puede representar de manera que no está prestando atención o algo similar, en nuestro caso lo hemos querido representar como que su estado es centrado en su vida, sin ser influenciado por los demás. Haciendo lo que de verdad va acorde con su esencia, y por ende, estar en su propia órbita.



**Fig 8.** “La soledad no es estar solo, es estar vacío” ilustración realizada para el proyecto.

### 4.4.2. Antítesis

Esta figura retórica se define como la oposición o contraste de palabras o ideas de sentido opuesto o complementario. Cabe nombrar que el principal concepto del proyecto es la no-dualidad y en nuestras frases e ilustraciones hemos querido jugar con eso mostrando ambas partes.

18 GALLUCCI.L. “Las figuras retóricas como técnica de creación publicitaria y su aplicación en el campo de la comunicación visual” en Universidad Abierta Interamericana.

19 MASSONE, M.I. (2009). Luminis Orationis: Glosario de figuras retóricas, Buenos Aires: Libros en Red.(p 122)



**Fig 9.** “Cuando cierras los ojos abres tu interior” ilustración realizada para el proyecto.



**Fig 10.** “En crecimiento personal” ilustración realizada para el proyecto.

El objetivo de la antítesis es resaltar una idea mediante la mención de su contraste. Por ejemplo “Cuando cierras los ojos abres tu interior” (**Fig 9**) se reúnen dos acciones totalmente opuestas (cerrar - abrir) para conseguir un objetivo. Es decir, se ha necesitado la acción de cerrar para que la acción opuesta realice su función.

#### 4.4.3. Simbolismo

El simbolismo o símbolo hace referencia a un objeto material para representar un sentimiento, razonamiento idea abstracta, espiritual o imaginaria por mediante una imagen gráfica o verbal. El simbolismo es un objeto concebido por los seres humanos, que proporciona a los ojos o la mente la apariencia de cosas que solo existen en ella. Se puede apreciar en la ilustración también nombrada anteriormente “crecimiento personal” (**Fig 10**) o en la ilustración anteriormente nombrada: “cuando cierras los ojos, abres tu interior”. Se ha utilizado el elemento de la planta como simbolismo de libertad, apertura, frescura, vida. Podemos ver esas circunstancias en el día a día: las plantas salen de cualquier sitio por muy difícil que parezca, por ejemplo: en los edificios abandonados o en el asfalto. Nosotros lo hemos querido utilizar para representar la vida, el desarrollo personal de cada persona y como avanza. En estos elementos se puede observar la referencia de María Hesse del uso de los mismos.

## 4.5. ÁLBUM ILUSTRADO

Un álbum ilustrado o libro álbum es un libro de lectura visual, es decir, el lector hace una interpretación narrativa más allá de las palabras. “¿Qué son las palabras si no una abstracción de las ilustraciones primigenias de nuestros antepasados?”<sup>20</sup>. De hecho, aprendemos a leer gráficos antes que textos. Estos relatos establecen un diálogo entre texto e imagen (complementariedad de los elementos) de manera que ambos lenguajes se complementan y relacionan. La principal finalidad del libro álbum es la comunicación visual de modo que el conjunto estético del libro también se ha de tener en cuenta: la maquetación, la cubierta, las guardas, la distribución en la doble página de la imagen y el texto, etc. En este sentido el libro álbum exige una lectura múltiple para conformar el sentido de la obra puesto que el lector ha de descodificar e interpretar tanto la narrativa textual como la visual.

Se considera que hay varios tipos de “códigos de relación” entre texto e imagen, y, a diferencia del libro ilustrado, las ilustraciones son imprescindibles y, en nuestro caso, hemos aplicado la relación significativa/simbiosis; ya que texto e ilustración se complementan y forman una interacción. Los álbumes ilustrados tienen una gran repercusión sobre sus lectores por sus mensajes intensos y efectivos que, como hemos dicho anteriormente, están formados por una combinación armoniosa de texto e imagen. Ese tipo de

<sup>20</sup> SALLY BOOKS “Introducción al álbum ilustrado”

relación es lo que identifica al álbum, ya que el texto en sí tiene como papel explicar lo que la imagen no nos puede dar, dando libertad y extensión a la parte gráfica.

La portada de un álbum ilustrado se considera de gran importancia y se cuida mucho porque ésta será la puerta de entrada para el lector. Es decir, qué colores escoger, qué tipo de imágenes destacar y el título juegan un papel clave en la selección de un álbum ilustrado.

Estos libros pueden ser disfrutados por casi cualquier tipo de lector. Y no solo por adultos, sino también por niños pre-lectores. Y es que las imágenes también se leen. En nuestro caso va más dirigido a un público adulto pues, a diferencia del álbum infantil, la comprensión del mensaje es más compleja utilizando metáforas y vocabulario más adulto, invitando al lector a reflexionar. En nuestras ilustraciones, el mensaje del dibujo representado no se podría entender de manera clara por un infante ya que hemos jugado con las figuras retóricas y los dobles sentidos.

El presente trabajo busca por medio de la elaboración de un álbum ilustrado, crear una herramienta para trabajar sobre un tema que, aunque poco a poco se visibiliza más, aún tiene un largo camino.

Para hacer más fácil esta comprensión, ha sido necesario trabajar de una manera sencilla y llamativa, realizando ilustraciones atractivas y frases que causen inspiración proporcionando toda la información necesaria acerca del tema. Y así, dejando que el lector reflexione sobre su visión de la vida y se sienta acompañado en este “nuevo descubrimiento”.

Al trabajar esta temática por medio de elementos como el libro álbum, consideramos que las ilustraciones favorecen la comprensión y el asimilo de información ante la situación que se plantea, y también establecen vínculos entre las ilustraciones y sus frases normalizando esta filosofía y, por ende, proporcionando herramientas para la convivencia en este mundo en el que vivimos. Es importante para nosotros el hecho de cómo una persona se relaciona con uno mismo, y por ello como se relaciona con lo que le rodea. Es así, que pretendemos ayudar a las personas a gestionar de manera eficiente este tipo de situaciones, para vivir el día a día de una manera más plena y consciente.

## **5. ESTUDIO DE REFERENTES**

Todo proyecto por muy original que sea, siempre parte de referentes ya sea consciente o inconscientemente. Como paso previo a la elaboración práctica del proyecto, se ha estudiado a varios referentes teniendo en cuenta varios aspectos: el primero basado en el registro gráfico de las ilustraciones, el segundo sobre la identidad visual/retórica para comunicar el mensaje y por último y no menos importante, sobre el diseño del packaging, que al fin

y al cabo es la carta de presentación del producto.

Al principio pensábamos que no podíamos identificar ningún referente en lo que se estaba basando nuestro trabajo. Pero a la hora de ponernos manos a la obra con la búsqueda, filtrando ésta con las características que más predominaban en nuestro proyecto, nos dimos cuenta de que, inconscientemente, las habíamos adquirido de algunos artistas que ya seguíamos por redes sociales. Sin embargo, a la hora del packaging, como nunca lo habíamos trabajado, sí que nos hizo falta hacer una investigación desde cero.

### 5.1. ANA SANTOS

El dibujo y la pintura han sido su pasión desde niña. Licenciada en Bellas Artes en Salamanca, allí se especializó en Dibujo y Diseño Gráfico (2003-2008). Más tarde residió en Madrid donde estudió Creatividad Publicitaria y Diseño Web.

Ana Santos trabaja sobre todo con técnicas tradicionales, intentando estar en continua evolución, investigando y experimentando con técnicas y motivos diferentes. Desde siempre ha sentido especial debilidad por el retrato, la figura humana, los animales y la naturaleza, preferencia que se deja ver especialmente en sus proyectos más personales (Fig 11).

Además de desarrollar su propio universo, compagina su trabajo como ilustradora para editoriales, agencias de publicidad, trabajos por encargo para distintas marcas y particulares y además imparte talleres de dibujo y pintura.

Lo que más nos ha inspirado de Ana ha sido la representación de la figura humana mezclada con motivos de la naturaleza, es decir, la superposición de los elementos en el cuerpo humano. El uso de la acuarela, aunque no lo hayamos usado literalmente, nos ha servido de inspiración para el detalle del rubor de nuestros personajes. Consideramos que entre el color rosado y la textura parecida a la acuarela da una sensación de vulnerabilidad y vida a la vez que, en el ámbito de las formas, hace que la figura no tenga un aspecto tan plano.

### 5.2. BROKEN ISN'T BAD

Es una artista y diseñadora gráfica de 30 años graduada en la Facultad de Artes Gráficas y actualmente reside en Croacia. Su trabajo se caracteriza por dibujos mínimos basados en líneas en blanco y negro que combinan elementos geométricos y relacionados con la naturaleza (Fig 12). La espiritualidad y la astrología han sido una gran motivación para ella, especialmente desde que comenzó a trabajar en su propia baraja de tarot. A través de su trabajo, comenta que pretende expresar un sentido de vulnerabilidad e intimidad. Nos cuenta que su objetivo, es inspirar y alentar a otros a cambiar de opinión sobre sí mismos, a encontrar ese poder invencible que los conecta con su ser interior, a apreciar y aceptar todas sus hermosas imperfecciones y crear una



Fig 11. Retratos a acuarela realizados por Ana Santos



Fig 12. Ilustración de Broken isn't bad



Fig 13. Ilustración realizada con técnica digital para el proyecto.

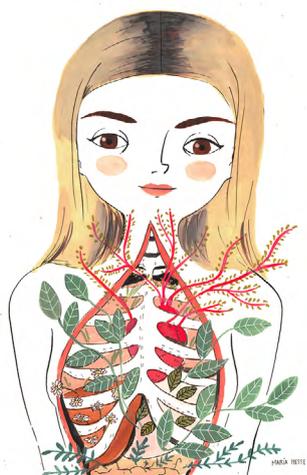


Fig 14. Ilustración realizada por Maria Hesse.



Fig 15. "Cuando cierras los ojos abres tu interior" ilustración realizada para el proyecto.

relación positiva con ellos mismos.

Esta autora es una de las referentes empleados debido a su forma de elaborar imágenes. Una de las cosas que más nos ha llamado la atención de su trabajo es el uso de texturas/imágenes del universo integradas en el cuerpo humano. En nuestro caso también hemos empleado el patrón del universo en diferentes partes de la ilustración, ya sea en el mismo personaje o en el fondo, pero de una manera que no hay tanta separación entre figura y fondo. Se puede apreciar esta técnica en el cuerpo humano en ilustraciones que hemos hecho como: "Somos polvo de estrella" o "Mi padre es el universo y mi madre la tierra" (Fig 13).

### 5.3. MARIA HESSE

Es una ilustradora sevillana que, tras acabar sus estudios en Educación Especial, agarró los lápices y se lanzó a la piscina de la ilustración de manera profesional. Ha trabajado para editoriales en la realización de libros de texto y también ha ilustrado para revistas. Además del trabajo editorial, sus trabajos han sido expuestos en diversas exposiciones y cuenta con un trabajo personal.

Nos gustaría destacar que, independientemente de las referencias que hemos querido escoger de María, hace unos años realizamos una pequeña entrevista por correo para un trabajo de una asignatura. En esta entrevista María nos contó que ella no pensaba mucho el significado, sino que eran ideas que le iban viniendo a la cabeza y que solían tener más una función estética que significativa. Sin embargo, también contó que, con el tiempo, se daba cuenta que en el fondo sí que había unión entre lo que estaba sucediendo en su vida y lo que sentía en ese momento con las ilustraciones que hacía. Es decir, de alguna manera su subconsciente hacía también su trabajo.

También a la hora de realizar su libro "Frida Kahlo: una biografía", María empleo la simbología porque en esta obra hablaba mucho de emociones y necesitaba ese elemento retórico para representarlas. Por ejemplo, la representación de mujeres con corazones de los que brotan todo tipo de plantas (Fig 14), hace referencia a las emociones y el crecimiento personal de la artista.

Y es que nosotros cuando nos definimos a la hora de trabajar, sobre todo de manera autónoma, nos pasa lo mismo: la mayoría de las veces, las ideas no nos vienen muy pensadas. Como cuando buscas mucho un objeto por tu casa y por mucho que lo busques no lo encuentras y, sin embargo, cuando dejas de buscar aparece. También hemos empleado elementos como las ramas saliendo de mitad del cuerpo, o los elementos de plantas o textura de universo en la piel creando simbolismo (Fig 15).



Fig 16. Elena Sancho y Rafael Leal fundadores de Tatabi Studio.



Fig 17. Packaging creado por Tatabi Studio



Fig 18. Muestra del packaging de UO con frase motivadora.

## 5.4. TATABI STUDIO

Es un estudio de diseño ubicado en Valencia (España). Elena Sancho, estudió Publicidad en Valencia y se especializó en Diseño gráfico y digital en Barcelona. En 2013, viviendo en Irlanda, fundó Tatabi Studio junto a Rafael Leal (Fig 16). En dicho estudio, tienen varias funciones, por ejemplo: la creación de un logo, una sesión de fotos, el diseño de una experiencia en el packaging (Fig 17) o crear un proyecto integral desde 0 que lo incluya todo, es decir, packaging y branding. *“No queremos únicamente producir cosas bonitas. Queremos ayudar a nuestro cliente a vender, a comunicar, a conseguir su objetivo”*<sup>21</sup>. En otras palabras, son una empresa que uno de sus propósitos fundamentales no es solo crear un buen producto para el cliente, si no que, junto al producto, ayudar al cliente a llevar a cabo sus metas deseadas.

El descubrimiento de esta empresa fue gracias a este proyecto, puesto que nunca habíamos trabajado con packaging. Y es que cuando nos la recomendaron supimos en el momento que iba a ser uno de los referentes para nuestro packaging. La experiencia unboxing es un aspecto casi igual de importante que la creación del producto y su función, puesto que dependiendo también de como el cliente viva ese momento de desempaquetar y llegar al producto influirá de una manera u otra la relación que puede tener el cliente con la marca. Y nosotros en el momento que hemos descubierto este aspecto no hemos dudado en aplicarlo. Posteriormente, en el punto 6.2.3. hemos desarrollado este apartado sobre la experiencia unboxing.

## 5.5. WE ARE UO

UO es una empresa que la crearon de dos mujeres: Elena y Marta, que se conocieron estudiando Arquitectura. Allí se dieron cuenta que tenían grandes puntos en común, como su pasión por el diseño, pero, sobre todo por el regalo. Una mañana, Elena lanzó al aire la idea de diseñar pulseras para regalar a los amigos. Las pulseras fueron todo un éxito, las regalaron y vendieron en un abrir y cerrar de ojos. El dinero que lograron lo reinvertieron en crear más productos y así se lanzaron a la aventura a emprender y crearon UO. Según su experiencia, fue más bien por serendipia.

Ellas describen UO como una marca de productos de regalo y autorregalo originales con mucha actitud (Fig 18). Todos sus diseños y mensajes desatan esa vocecilla interior que dice *“hazlo, atrévete, disfruta, estás aquí para ser feliz”*. Desde su nacimiento, cuando se lanzaron a la aventura de emprender, han ido creciendo en productos y servicios. Junto a todo el equipo trabajan con una premisa común: sorprender, hacer sonreír y seguir ofreciendo productos de calidad, originales, con actitud positiva y con mensajes para regalar y generar emociones.

21 VIÑAS.E. (2013) *“Tatabi Studio: la historia de ida y vuelta de dos emprendedores”* en Valenciaplaza, 17 de octubre.



Fig 19. Pack de regalo a la venta de UO

Y es que lo que más nos ha inspirado UO son sus frases motivadoras y juego de palabras. Consideramos que es una manera dinámica de entender ciertos conceptos que, si se leyese literal o extensamente, serían más complejos de entender. UO tiene una filosofía que motiva, hace sentir buenas vibras e invita a hacer cosas, a apapachar y crear vínculos con las personas a través de regalar pequeños regalos con grandes detalles (Fig 19). Nosotros hemos pretendido crear en nuestro proyecto un ambiente así: de motivación, inocente y a la vez divertido jugando con las palabras y sus mensajes.

## 6. PROCESO PRÁCTICO Y CREATIVO

En este punto se explican de forma detallada tanto los bocetos previos como los procesos realizados, tales como las técnicas empleadas, para el desarrollo de este proyecto.

Este álbum ilustrado nace como una intención de mostrar la filosofía que nos acompaña en el día a día a través de sencillas ilustraciones, con la intención de que pueda servir a las personas a tomar conciencia de ello. Es por ello por lo que hemos elaborado unas frases sencillas sin un texto explicativo, ya que, a través de las figuras retóricas y pocos elementos, se puede entender perfectamente el mensaje y también dejando al lector que tome su propia reflexión.

En el desarrollo del álbum ilustrado, desde un primer momento se tuvo bastante clara la estructura, buscando un álbum compuesto por dobles páginas donde una cara contenía la frase y en la posterior la ilustración.

Yendo de lo general a lo particular, una vez planteado el trabajo, se quiso realizar una edición especial del mismo, la cual incluyese elementos de merchandising junto a un packaging.

Una vez definido el proyecto, comenzó el proceso de creación del álbum "Punto de ENCUENTRO"

### 6.1. LLUVIA DE IDEAS /REALIZACIÓN DE LAS FRASES

Este apartado se podría fusionar un poco con los bocetos ya que, en nuestro caso, al realizar las ilustraciones y las frases, ha habido ilustraciones que han llegado antes que la frase. Es decir, la frase ha sido creada en base a la ilustración ya hecha. Pero por lo general, hemos realizado primeramente las frases para posteriormente hacer las ilustraciones.

Estuvimos buscando algunas frases que nos pudieran inspirar a la hora de realizarlas, ya fuesen provenientes de una canción, dichas de algún filósofo o conferencista, o sacadas de algún artículo:

### **Afirmaciones**

- Soy parte de lo que me rodea
- Estimo mi niño interior
- Somos luz y oscuridad
- Meditación como nexo con el universo
- Dentro de la oscuridad siempre hay luz
- Cuando perdono, me libero
- En ti veo lo que hay en mí
- Llorar purifica el alma
- Cuando me abro, recibo abundancia
- Cuando cierras los ojos abres tu interior
- El ego es una máscara y no la realidad
- Somos polvo de estrellas
- Mi padre es el Universo y mi madre la Tierra

### **Estados**

- Estado vital: vibracional
- Viviendo en mi órbita
- Soy como el universo: infinito
- Fluyendo con mis fases
- En crecimiento personal
- La soledad no es estar solo, es estar vacío

Como ya hemos dicho anteriormente, algunas de las ilustraciones han sido realizadas antes que la frase. Si es cierto que tanto de una manera como la otra han tenido sus limitaciones puesto que había momentos que la frase era perfecta para incluirla en el álbum, pero sin embargo no había ilustración adecuada para representarla y viceversa. A consecuencia de ello, hemos tenido que realizar varios bocetos y también descartar de ambas partes.

Hemos de agradecer a Internet y a las redes sociales por ofrecernos un abanico enorme de inspiración. Ha habido varias redes sociales, principalmente Instagram y Pinterest, que nos han servido mucho de ayuda para realizar las ilustraciones, ya sean las poses o ciertos conceptos.

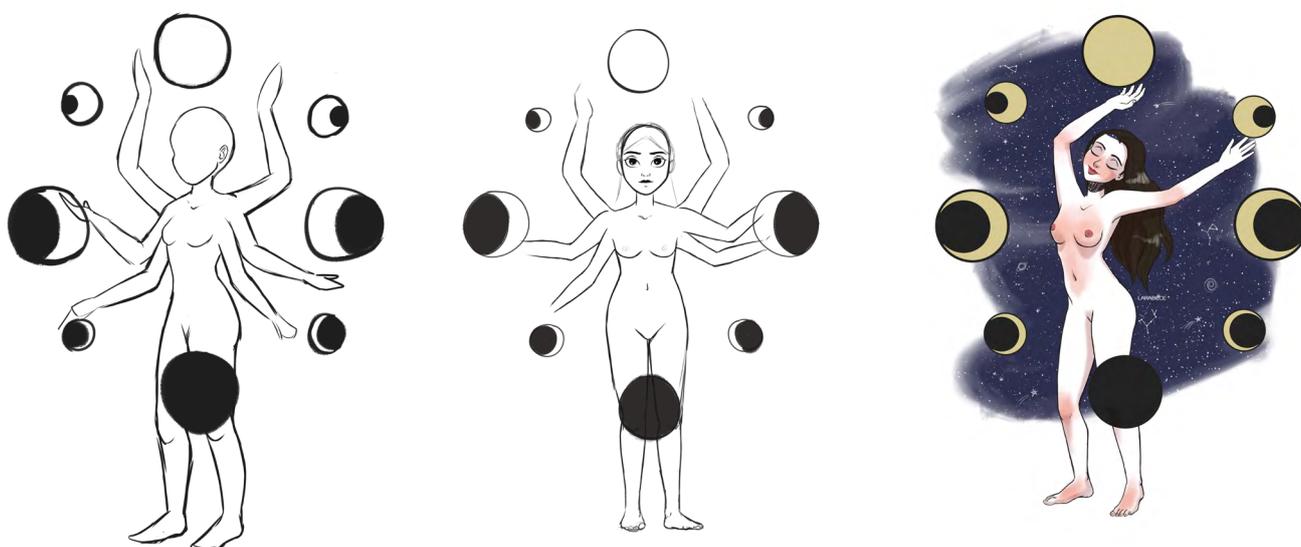
El título del álbum tuvimos claro que debía de tener una referencia al concepto de palabras como: introspección, conciencia, unidad, descubrimiento, “darse cuenta” y que a la vez pudiera ser un juego de palabras, como hemos hecho con las frases. Nos salieron dos opciones, y nosotros consideramos

que a veces cuando no surge nada más es que la respuesta está en una de ellas. Las opciones fueron: “Sentido COMÚN” y “punto de ENCUENTRO”. Quisimos usar este juego de palabras haciendo referencia, en el caso de “sentido COMÚN”, a la unidad y al concepto de que todos somos uno mezclado con el sentido de saber, de ser conscientes de ello. Respecto a la frase “punto de ENCUENTRO”, hace referencia al punto de encuentro de nosotros mismos. Es decir, es el punto donde, cuando abrimos nuestra consciencia, nos encontramos a nosotros mismos. Es por ello que hemos querido elegir esta última como título ya que representa mejor el mensaje que hemos querido transmitir.

## 6.2. BOCETOS

### 6.2.1. Ilustraciones y portada

Como ya hemos comentado, la realización de las frases y las ilustraciones han ido bastante a la vez. En nuestro caso hemos boceteado tanto a lápiz como en digital. Esta manera no ha sido necesaria realizar una limpia imagen del boceto, nuestro objetivo ha sido encontrar la representación del mensaje en los personajes. Durante el boceteado, se ha tenido en cuenta las posturas de cada personaje según lo que se quería representar. Por ejemplo, en la frase “Fluyendo con mis fases” tuvimos que probar distintas posturas hasta que dimos con la idonea para representasen fluidez, libertad y ligereza (**Fig 20**). En la ilustración de “Soy parte de lo que me rodea” también tuvimos un par de pruebas para la integración de la naturaleza en el cuerpo humano. Al final encontramos una pose donde la chica realiza una acción de integración con la naturaleza y, para marcar más esa relación hemos añadido algunos elementos de la naturaleza en el propio cuerpo de la chica y a su alrededor (**Fig 21**).



**Fig 20.** Pruebas de postura, siendo la última la definitiva, para la ilustración “Fluyendo con mis fases”.

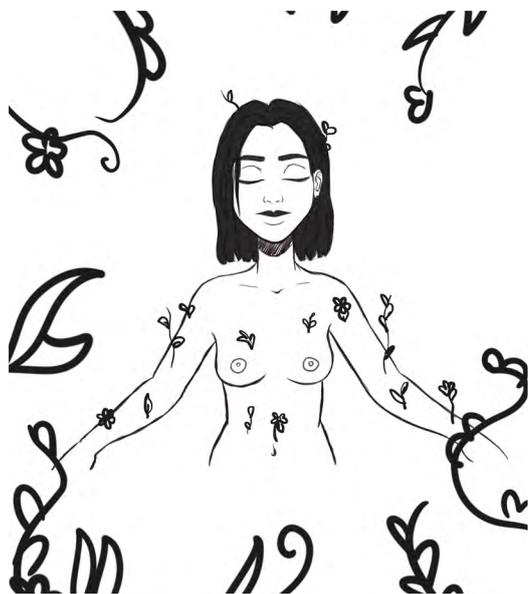


Fig 21. Bocetos para la ilustración "Soy parte de lo que me rodea"



La elección de la figura humana de una mujer y un hombre ha sido para representar las dos partes que componen la unidad: la parte masculina y la femenina. Al principio íbamos a crear las ilustraciones solo con mujeres, pero al tener en cuenta la filosofía que queremos comunicar, hemos considerado necesaria la inclusión de la figura masculina.

En el apartado 4.3.2. Diseño de personajes se explica el desarrollo y el motivo de la elección de las características de los personajes.

En referencia a la portada, estuvimos planteándonos qué ilustración colocar, pues teníamos que mantener la esencia de las ilustraciones del interior del álbum, pero no queríamos utilizar una ilustración ya creada. Estuvimos boceteando varias ilustraciones que representasen la energía masculina y la energía femenina para el concepto de unidad (Fig 22).



Fig 22. Ilustraciones que representan la figura femenina y masculina posteriormente descartadas para ser la portada del álbum.

Vimos que no llegaba a funcionar en relación con el título así que procedimos a realizar algunos bocetos centrándonos en el concepto del título. Una de las pruebas fue el boceto de una constelación la cual representa el universo (las estrellas) y, al estar unidas como constelación y habiendo una estrella más grande, hacían referencia al punto de encuentro de éstas. Sin embargo, seguimos investigando porque, aunque fuese una imagen que pudiese representar bastante bien el título, considerábamos que no llegaba a ser fiel al interior. Por lo tanto, decidimos usar definitivamente la figura humana como elemento común con las otras ilustraciones. Pero en vez de ser energía masculina y femenina, como habíamos probado anteriormente, quisimos representar a la autora empleando la acción de punto de encuentro. Empleamos una postura de integración de ella misma y un elemento de luz para señalar el punto con ella hace el encuentro consigo misma y con el universo.(Fig 23)

### 6.2.2. Maquetación



Fig 23. Boceto en digital realizado y elegido para la portada del álbum ilustrado.

Al realizar la maquetación de la parte interior del álbum, lo tuvimos bastante claro. Nuestra intención era representar las frases y las ilustraciones separadas una de la otra, pero en la misma doble página donde se pudiesen contemplar las dos a la vez. No obstante, estuvimos haciendo varias pruebas de colocación de los elementos tanto por separado como junto para comprobar completamente si funcionaba de manera visual. Probamos también poniendo un texto explicativo (Fig 24), pero como hemos explicado, eso se descartó y preferimos dejar solo la frase para que el lector reflexionase sobre ella. Quisimos probar también con el contraste de una pagina entera de color plano oscuro para no tener todo el fondo blanco (Fig 25), pero consideramos que tenía demasiado protagonismo y preferimos dejar el blanco aportando así una sensación más ligera y limpia. En la colocación de la frase y la ilustración, después de haber decidido que irían por separado, estuvimos probando el orden de colocación de ambos elementos poniendo una primero en una página y la otra en la siguiente. Es así como decidimos, que poner la frase primero cumplía la función adecuada, comunicando primero al lector del concepto y luego completarlo con la ilustración (Fig 26). Además, visualmente da un aspecto más introductorio.

Cuando realizamos la maquetación de la portada, la hicimos una vez hecha la ilustración para así saber cómo colocar los elementos de manera que tengan una armonía. La portada en sí fue sencilla de realizar, enseguida nos decantamos por una simetría entre el texto y la imagen. Sin embargo, en la portada quisimos hacer un par de pruebas añadiendo elementos con textura del universo. Estuvimos probando con añadir unas formas con textura de pincelada para seguir manteniendo la forma orgánica que se ha estado empleando en el álbum (Fig 27). Pero después de un par de pruebas, nos dimos cuenta de que, más que acompañar y seguir con la esencia del álbum, estaba dando un efecto de desaliñado más que orgánico y decidimos optar por probar con elementos más limpios y rectos. Tanteamos con rectángulos horizontales de manera que pareciesen más líneas que cuadrados, jugando también con las transparencias (Fig 28), y con el dibujo del universo compensar con el elemento de la portada. Pero después de varias pruebas, llegamos a la conclusión de la supresión de los dichos elementos y quisimos dejar

Fig 24, 25 y 26. Bocetos en digital para la maquetación del interior del álbum ilustrado



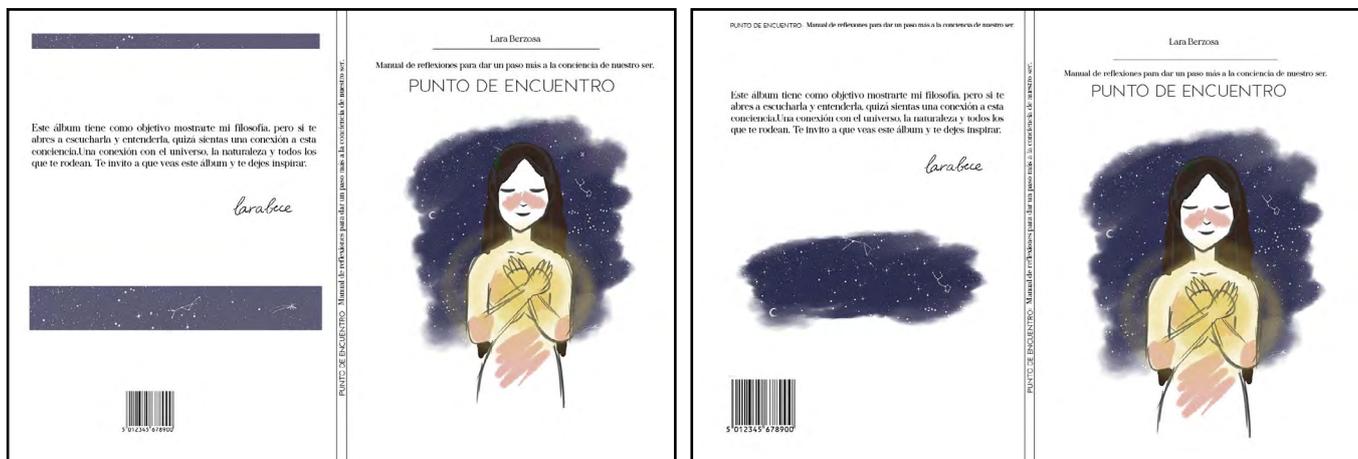


Fig 27 y 28. Pruebas de la colocación de los elementos para maquetación de la portada.

la contraportada solo con los elementos esenciales que ha de llevar una contraportada (sinopsis, código de barras, editorial, etc...) (Fig 29). Cabe aclarar que las pruebas de maquetación se hicieron una vez ya decida la paleta de colores y las ilustraciones que iban a haber.

### 6.2.3. Packaging

Hemos querido diseñar una caja sencilla para que el cliente tenga la facilidad de llegar al producto. Al principio hicimos diseños para imprimirlos directamente en la caja de cartón (Fig 30).

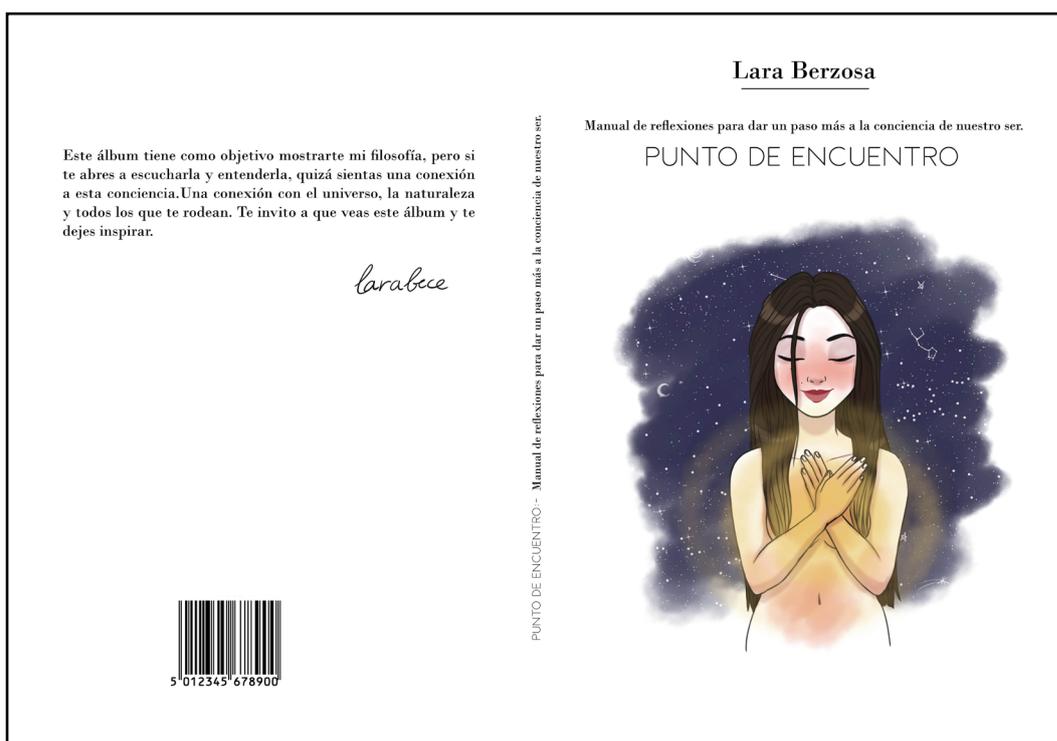


Fig 29. Portada y contraportada escogidas para el álbum ilustrado.



Fig 30. Bocetos en mock up del packaging

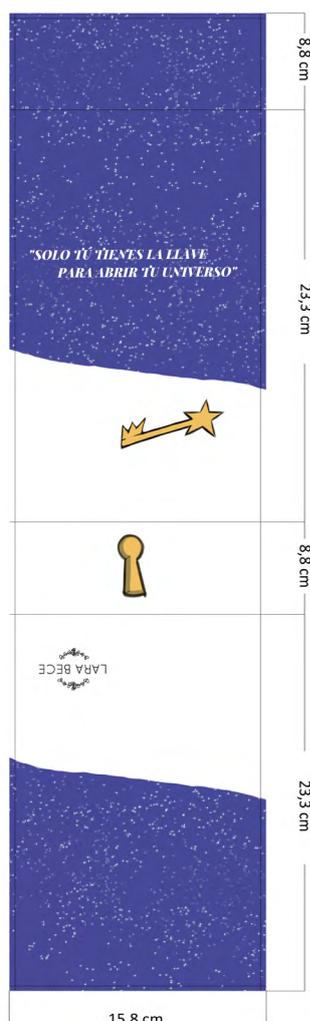


Fig 31. Diseño de la faja de cartón para la caja.

Pero al final optamos por hacer la impresión del diseño en una faja de cartón que envuelve la caja, la cual guarda el producto. Las medidas son las siguientes:

- Caja postal 30.2 x 23.3 x 8.8 cm
- Faja de cartón 64.2 x 15 cm.

Para la impresión de la faja envoltoria hemos creado un archivo a medida marcando las guías de margen y pliegos (Fig 31) con la ayuda de las reglas del programa usado: Clip Studio Paint.

La paleta de color la hemos querido mantener igual que la del álbum, y lo mismo hemos hecho con los elementos del universo y las estrellas.

Nuestra intención en el packaging parte de la referencia de TATABI STUDIO teniendo en cuenta “la experiencia unboxing”. Por ello hemos realizado un diseño ilustrado en la parte superior de la faja con la frase: “Solo tú tienes la llave para abrir tu universo”. Esta frase invita al cliente a que la abra a la vez que está recibiendo un mensaje intencionado sobre la filosofía del álbum; saber que tenemos la llave para dar un paso más a la conciencia de nuestro ser. A partir de esta frase, hemos creado algunas propuestas que representasen a la caja de packaging como si fuera un baúl o una puerta con cerradura para que el cliente proceda a abrirla. Una vez abierta la caja, se encontrará con un papel de seda que envuelve el producto y, al nosotros añadir unas esferas de madera que van rociadas en esencia de Patchouli, el cliente creará un vínculo con el producto y la marca. Así, cada vez que el cliente perciba el olor de la esencia, reconocerá la marca y su mensaje. El motivo de elegir esta esencia ha sido porque, a parte de ser un aroma que es bastante intenso y por ello nos aseguramos que el olor perdure en la caja, el patchouli es una esencia que su olor representa la fuerza de la naturaleza por su olor amaderado y terroso<sup>22</sup>. Es una esencia que se ha utilizado para la espiritualidad, sobre todo en los hippies, y aunque la filosofía del proyecto no tiene que ver con ese movimiento, consideramos que sí tienen un factor en común.

22 ACADEMIA DEL PERFUME. “Los secretos del patchouli”

### 6.3. PRUEBA DE COLOR Y TIPOGRAFÍA

Para esta sección, se ha realizado un estudio de tipografías donde se han elegido 20 fuentes de letra, de las cuales 10 han sido de palo seco y las otras 10 de remate, haciendo la prueba utilizando una de nuestras frases del álbum (**Fig 32**). Al final, entre ellas hemos elegido la tipografía Bodoni para las frases que acompañan a las ilustraciones. Y otra tipografía para algunos textos del álbum como por ejemplo, los créditos o el título, llamada Noto Serif.

Para la definición de las ilustraciones del álbum ilustrado, decidimos hacerlo en técnica digital, basándonos en estudios previos que se habían hecho tradicionalmente a lápiz. Estos estudios sirvieron para encontrar poses y en algunas ocasiones la colocación de los colores. Respecto a la pintura, se puede apreciar que los colores son bastante planos. Sin embargo, el hecho de que haya sombra (plana también) hace ver que el dibujo tiene forma. También se puede apreciar en la textura del rubor que está realizada con un pincel de acuarela digital. Con este pincel hemos jugado con la textura y hemos podido dar un efecto de acuarela degradada, pero sin estar muy difuminado. El acabado de la ilustración es sencillo, a la vez que fresco y limpio, pero el proceso para llegar a ese punto ha sido laborioso, ya que queríamos que tuviese esa vida que los colores proporcionan, pero sin resultar demasiado cargante. Por último, personaje y fondo están separados gracias a la línea del personaje y en algunos casos la mancha del fondo azul. Sin embargo, se puede apreciar que hay una cierta integración de los elementos.

Programa utilizado para las ilustraciones: Clip Studio Paint Pro mediante la tableta gráfica HUION Kanvas Pro (2019)<sup>23</sup>.

Programa utilizado para la maquetación del álbum: Adobe Indesign

#### Palo seco:

1. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
2. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
3. **Dentro de la oscuridad siempre hay luz**
4. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
5. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
6. **Dentro de la oscuridad siempre hay luz**
7. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
8. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
9. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
10. Dentro de la oscuridad siempre hay luz

#### Remate:

1. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
2. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
3. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
4. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
5. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
6. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
7. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
8. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
9. Dentro de la oscuridad siempre hay luz
10. Dentro de la oscuridad siempre hay luz

**Fig 32.** Prueba de 10 tipografías (5 de palo seco y 5 de remate).

<sup>23</sup> La Huion kanvas pro(2019) es un tipo de tableta gráfica que se caracteriza por poder visualizar lo que pintas digitalmente, simulando así la técnica tradicional.



Fig 33. Mock ups de la bolsa de tela con ilustración



## 6.4. DISEÑO APLICADO

En el pack del proyecto hemos incluido una bolsa de tela por cada caja. La impresión de la ilustración en la bolsa la hemos realizado en una empresa llamada Ymicamiseta y tiene las siguientes características:

El material de la bolsa es 100% algodón con un gramaje de 140 g/m<sup>2</sup>. Su tamaño es de 38 x 42 cm con una capacidad de 10 litros, pero el área de decoración es de 33 x 36 cm. La bolsa incluye unas asas que son de tamaño medio (67 cm). Al tener este tamaño, dará la posibilidad de llevarla en la mano o al hombro (Fig 33). La ilustración elegida ha sido “Soy como el universo: infinito” puesto que es una ilustración que contiene tanto la figura femenina como la masculina para que así tanto hombres como mujeres puedan sentirse identificados.

La impresión del diseño que se realizará la faja de cartón, será impreso en CMYK, con los valores ya nombrados anteriormente, y de material ecológico y compostable.

## 6.5. ARTES FINALES

### 6.5.1. Edición especial (Álbum ilustrado + pack)

Este pack está pensado para que sea una edición limitada de 100 unidades. El pack se compondrá del álbum ilustrado y una bolsa de tela ilustrada. Sin embargo, también estará disponible la venta sólo del álbum ilustrado por separado (Fig 34).

La impresión del álbum se ha realizado en un tamaño A5 con tapa blanda. La portada se ha impreso a color en un papel estucado brillo de 300 gramos, pero con un acabado plastificado mate. La impresión del interior también ha sido a color y en papel offset de 100 gramos cosido en hilo vegetal.



Fig 34. Mock ups del álbum ilustrado



Fig 35. Mock ups del packaging final

Este pack está guardado dentro de una caja de cartón ecológico, diseñada de manera que haya facilidad de acceder al producto, y envuelta con una faja de cartón (Fig 35). La función de dicha caja se ha explicado en el apartado 6.2.3.Packaging.

## 6.6. PRESUPUESTO

- IMPRESIÓN DEL ÁLBUM ILUSTRADO (100 ejemplares): 294,18€/100uds.
- REALIZACIÓN DE LA CAJA DEL PACKAGING (100 uds):
  - Caja postal con una faja impresa: 122€ + 20€ (costes de envío) = 142€
  - Papel de embalaje PAPEL SEDA BLANCO 70CM X 100M = 20,51 €
- IMPRESIÓN DE LA BOLSA DE TELA: 800€ /100uds.
- ESENCIA:
  - 1 botellita de aceite esencial de patchouli (5 ml): 7.70€

**Coste total del proyecto:** 1.264,39€/100 uds- 12,64€/ud.

**Coste de venta aproximado:** 25€/ud más IVA.

## 7. CONCLUSIONES

Hemos cumplido los objetivos marcados previamente. Hemos logrado representar el mensaje que queríamos transmitir mediante las ilustraciones y sus frases correspondientes. Consideramos que hemos conseguido crear un formato que sirva de ayuda a otras personas para su crecimiento personal. Simultáneamente, mientras creábamos el proyecto, nos ha servido también para reforzar nuestro desarrollo tanto profesional como personal.

En este trabajo hemos aprendido a elaborar un proyecto de principio a fin y así, a la hora de afrontarnos a un encargo real o personal, saber cual es la metodología a seguir para crearlo.

Además, al ser un proyecto con la intención de llevarse a cabo, hemos obtenido nuevas herramientas para realizar un presupuesto y hemos aprendido a elaborar un packaging profesional teniendo en cuenta los materiales, el tipo de impresión, entre otros.

A pesar de que nos ha llevado un par de años realizar este trabajo, estamos muy contentos con el resultado. Independientemente de cómo de bueno haya podido ser, en lo que de verdad consideramos que hemos ganado ha sido en haber pasado los obstáculos que nuestro ego nos ha estado poniendo. También consideramos que hemos aprendido a ser perseverantes y conocer nuestros puntos fuertes y débiles a la hora de trabajar. Además sabíamos que lo que estábamos haciendo iba en coherencia con el mensaje que queríamos dar.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

GARCÍA.D. (2012) *“El desnudo en el arte. Pureza y vulnerabilidad”* en *La ciclotimia*, 7 de junio.

<<https://laciclotimia.com/el-desnudo-en-el-arte/>> [Consulta: 22 de marzo del 2021]

MARCOS. L. (2019) *“¿Cuál es el origen de la frase ‘somos polvo de estrellas’?”* en *Muy interesante*, 25 de noviembre.

<<https://www.muyinteresante.es/ciencia/video/cual-es-el-origen-de-la-frase-somos-polvo-de-estrellas-351574432609>> [Consulta: 15 de diciembre del 2020]

VIÑAS.E. (2013) *“Tatabi Studio: la historia de ida y vuelta de dos emprendedores”* en *Valenciaplaza*, 17 de octubre.

<<http://epoca1.valenciaplaza.com/ver/105193/-tatabi-studio--la--historia-de-ida-y-vuelta-de-dos-emprendedores.html>> [Consulta: 22 de abril del 2021]

ACADEMIA DEL PERFUME. *“Los secretos del patchouli”*

<<https://www.academiadelperfume.com/los-secretos-del-patchouli/>> [Consulta: 13 de mayo del 2021]

BELMONTE.R. (2015) *“De álbumes ilustrados para adultos”* en *Donde Viven Los Monstruos: LIJ*, 9 de junio.

<<https://romanba1.blogspot.com/2015/06/de-albumes-ilustrados-para-adultos.html>> [Consulta: 6 de abril del 2021]

CAPITÁN QUIMERA (2016) *“Una imagen vale más que mil palabras”*, 12 de marzo.

<<https://www.capitanquimera.com/blog/una-imagen-vale-mas-que-mil->

palabras/ > [Consulta: 15 de abril del 2021]

CORBERA.E. (2016) *“Somos un todo y todo está interconectado”* en Enric Corbera Institute, 22 de septiembre.

<<https://www.enriccorberainstitute.com/blog/somos-un-todo-y-todo-esta-interconectado> > [Consulta: 5 de marzo del 2021]

CORBERA.E. (2016) *“La proyección de la sombra”* en Enric Corbera Institute, 16 de agosto.

<<https://www.enriccorberainstitute.com/blog/la-proyeccion-de-la-sombra#:~:text=Jung%20define%20el%20arquetipo%20sombra,Consciente%20no%20reconoce%20como%20propios.&text=Por%20eso%20Jung%20dec%C3%ADa%20E2%80%9CPrefiero,completo%20que%20una%20persona%20buena%20E2%80%9D> > [Consulta: 6 de marzo del 2021]

COLLE.R.(2009) *“14. Simbolismo”* en Lenguaje Visual, 19 de enero.

<<https://visualismo.blogspot.com/2009/01/14-simbolismo.html> > [Consulta: 18 de marzo del 2021]

EN PROGRESS (2016) *“La ilustración como herramienta de comunicación”* en En Progress, 29 de febrero.

<<https://www.enprogress.es/ilustracion-herramienta-comunicacion/> > [Consulta: 16 de marzo del 2021]

GALIMATAZO (2018) *“Libro álbum y libro ilustrado”*, 25 de septiembre.

<<https://www.galimatazo.com/blog/el-libro-album-y-el-libro-ilustrado> > [Consulta: 6 de abril del 2021]

MIQUE. *“La importancia del color en el diseño gráfico”* en Estudio Mique, 26 de octubre.

<<https://www.mique.es/la-importancia-del-color-en-el-diseno-grafico/> > [Consulta: 23 de marzo del 2021]

MONTERO.O. (2012) *“Tat tvam así: tú eres eso. La gran frase o mahavakya en vedanta”* en Vedanta tradicional, 22 de abril.

<<http://oscarmontero.com/tat-tvam-asi-tu-eres-eso-la-gran-frase-o-mahavakya-en-vedanta/> > [Consulta: 4 de marzo del 2021]

PÉREZ.M.A. *“El vacío”* en Emoconciencia,

<<https://emoconciencia.com/post/el-vacio/> > [Consulta: 15 de enero del 2021]

TATIANA.C. (2018) *“Prefiero ser un hombre completo a un hombre bueno”* en Emprende el cambio, 22 de junio.

<<https://emprendelcambio.com/prefiero-ser-un-hombre-completo-a-un->

hombre-bueno/ > [Consulta: 6 de marzo del 2021]

SALLY BOOKS “Introducción al álbum ilustrado”

<<https://www.sallybooks.es/narrativa-grafica/intro-album-ilustrado/> >  
[Consulta: 17 de marzo del 2021]

ANDYN. (2020) *Diosas*, Grupo Planeta, Barcelona.

BANCROFT, T. (2013) *Aprender a dibujar personajes*. Editorial Anaya, Barcelona.

DONDIS, D. (1973) *La sintaxis de la imagen*, Barcelona. Editorial Gustavo Gili S.A. Formato PDF, obtenido en:

<<http://desiderioramirez.com/Libros/Filosofia/C-D/Donis%20Dondis.%20La%20sintaxis%20de%20la%20imagen.pdf> > [Consulta: 19 de marzo del 2021]

HELLER, E. (2009) *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, Barcelona: Gustavo Gili.

HESSE, M. (2019) *Frida Kalho: una biografía*, Lumen, Barcelona

HESSE, M. (2019) *El placer*, Lumen, Barcelona

JARDÍ, E. (2012) *Pensar con imágenes*. Editorial Gustavo Gili, S.L.

MARTÍN, G. (2003) *Dibujo de figura humana*, Barcelona: Parramón.

MASSONE, M.I. (2009). *Lumini Orationis: Glosario de figuras retóricas*, Buenos Aires: Libros en Red. Formato PDF, disponible en

<[http://193.146.45.100/libros/Lumini\\_Orationis.pdf](http://193.146.45.100/libros/Lumini_Orationis.pdf) > [Consulta: 18 de marzo del 2021]

TRES INICIADOS (2012). *El Kybalion*. Málaga, Editorial Sirio.

WHELAN, B.(1994) *La armonía en el color: Nuevas tendencias*. Mexico: Editorial Documenta.

Formato PDF, obtenido en:

<<https://www.domestika.org/es/courses/246-introduccion-a-la-psicologia-del-color-la-narrativa-cromatica> > [Consulta: 23 de marzo del 2021]

WITHROW, Steven; DANNER Alexander. *Diseño de personajes para novela gráfica*,

*Barcelona: Gustavo Gili, 2009.*

ZEEGEN, Lawrence. *Principios de ilustración*, en AAVV., Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

A.OMAR.EXE (2013) *Metodo proyectual de Bruno Munari* en *Slideshare*, 11 de diciembre.

<<https://es.slideshare.net/aomarexe9/metodo-proyectual-de-bruno-munari> > [Consulta: 24 de enero del 2021]

UO. *Acerca de* en LinkedIn.

<<https://www.linkedin.com/company/uo-/?originalSubdomain=es> > [Consulta: 23 de abril del 2021]

NODUALIDAD. *Vedanta Advaita. Una introducción a la filosofía más influyente del hinduismo*

<<https://www.nodualidad.info/articulos/intro-advaita.html> > [Consulta: 4 de marzo del 2021]

T.J.M.M, *Una aproximación al Vedanta Advaita*

<<http://www.tjmm.com/advaita/paginadvaita.htm> > [Consulta: 5 de marzo del 2021]

WIKIPEDIA. *Vedanta advaita*

<[https://es.wikipedia.org/wiki/Advaita#A dualidad\\_\(no\\_dualidad\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Advaita#A dualidad_(no_dualidad)) > [Consulta: 4 de marzo del 2021]

WIKIPEDIA. *Álbum ilustrado*.

<[https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81lbum\\_ilustrado](https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81lbum_ilustrado) > [Consulta: 17 de marzo del 2021]

FERNÁNDEZ-PACHECO GARRIDO, S. (2015) *Guía de estilo ilustración aplicada a producto sostenible. Colección frutamics*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València,

<<http://hdl.handle.net/10251/49934> > [Consulta: 15 de septiembre del 2020]

FITO MICÓ, C (2017). *Identidad corporativa de empresa de ilustración aplicada el producto. Marca humans only*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València,

<<http://hdl.handle.net/10251/92931> > [Consulta: 15 de septiembre del 2020]

MARTÍNEZ MARTÍNEZ, I. (2019). *Estás aunque te has ido. Prototipo impreso de álbum ilustrado*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València,

<<http://hdl.handle.net/10251/130229> > [Consulta: 25 de febrero del 2021]

PÉREZ CAYETANO, B. (2019). *Nido de Agujas. Proyecto de álbum ilustrado*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València,

<<http://hdl.handle.net/10251/130225> > [Consulta: 25 de febrero del 2021]

ROMERO GIMENEZ, C. (2020). *Espacios Íntimos*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València,

<<http://hdl.handle.net/10251/148411> > [Consulta: 25 de febrero del 2021]

SUÁREZ FERNÁNDEZ, L. (2016). *El lobo y la luna: Álbum ilustrado*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València,

<<http://hdl.handle.net/10251/74046> > [Consulta: 3 de octubre del 2020]

ZHU QIU, T. (2014) *Edén: libro ilustrado de mitología y fantasía. Proyecto de diseño e ilustración aplicado*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València,

<<http://hdl.handle.net/10251/48772> > [Consulta: 8 de septiembre del 2020]

“La filosofía Advaita con Andrés Zuzunaga” en Youtube.

<<https://www.youtube.com/watch?v=AzxXPN65GtQ> > [Consulta: 6 de marzo del 2021]

ENRIC CORBERA. “Enric más cerca: Integrar las polaridades” en Youtube

<[https://www.youtube.com/watch?v=5Xf2b\\_zch-U&t=847s](https://www.youtube.com/watch?v=5Xf2b_zch-U&t=847s) > [Consulta: 6 de marzo del 2021]

GALLUCCI.L. “Las figuras retóricas como técnica de creación publicitaria y su aplicación en el campo de la comunicación visual” en Universidad Abierta Interamericana. Formato PDF disponible en:

<<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC067915.pdf> > [Consulta: 18 de marzo del 2021]

PARADA.C. “Figuras retóricas”. Formato PDF disponible en:

<<https://leo.uniandes.edu.co/images/Guias/Figuras-retricas.pdf> > [Consulta: 20 de marzo del 2021]

## 9. ÍNDICE DE IMÁGENES

**Fig 1.** Pasos De La Metodología Proyectual De Bruno Munari

**Fig 2.** “Soy parte de lo que me rodea” ilustración realizada para el proyecto.

**Fig 3.** Retrato de Carl Gustav Jung

**Fig 4.** Paleta de colores en valores CMYK para el álbum ilustrado.

**Fig 5. y 6.** Imágenes pertenecientes al libro “la sintaxis de la imagen” de Dionis Dondis

**Fig 7.** Ilustración digital a línea de postura final para “Fluyendo con mis fases”

**Fig 8.** “La soledad no es estar solo, es estar vacío” ilustración realizada para el proyecto.

**Fig 9.** “Cuando cierras los ojos abres tu interior” ilustración realizada para el proyecto.

**Fig 10.** “En crecimiento personal” ilustración realizada para el proyecto.

**Fig 11.** Retratos a acuarela realizados por Ana Santos

**Fig 12.** Ilustración de Broken isn't bad

**Fig 13.** Ilustración realizada con técnica digital para el proyecto.

**Fig 14.** Ilustración realizada por Maria Hesse.

**Fig 15.** “Cuando cierras los ojos abres tu interior” ilustración realizada para el proyecto.

**Fig 16.** Elena Sancho y Rafael Leal fundadores de Tatabi Studio.

**Fig 17.** Packaging creado por Tatabi Studio.

**Fig 18.** Muestra del packaging de UO con frase motivadora.

**Fig 19.** Pack de regalo a la venta de UO

**Fig 20.** Pruebas de postura, siendo la última la definitiva, para la ilustración “Fluyendo con mis fases”.

**Fig 21.** Bocetos realizados para la ilustración “Soy parte de lo que me rodea”

**Fig 22.** Ilustraciones que representan la figura femenina y masculina posteriormente descartadas para ser la portada del álbum.

**Fig 23.** Boceto en digital realizado y elegido para la portada del álbum ilustrado.

**Fig 24, 25 y 26.** Bocetos en digital para la maquetación del interior del álbum ilustrado

**Fig 27 y 28.** Pruebas de la colocación de los elementos para maquetación de la portada.

**Fig 29.** Portada y contraportada escogidas para el álbum ilustrado.

**Fig 30.** Bocetos en mock up del packaging

**Fig 31.** Diseño de la faja de cartón para la caja.

**Fig 32.** Prueba de 10 tipografías (5 de palo seco y 5 de remate).

**Fig 33.** Mock ups de la bolsa de tela con ilustración

**Fig 34.** Mock ups del álbum ilustrado

**Fig 35.** Mock ups del packaging final

## **10. ANEXO**

Este último apartado que está dedicado al Anexo se ha adjuntado con la memoria del trabajo, ya que se trata del proyecto principal: El álbum ilustrado. En ese archivo se encuentra el documento digital del álbum ilustrado maquetado con todas las ilustraciones junto con la portada y contraportada.